



Universidad del Aconcagua

Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas

Ciclo de Licenciaturas

Turismo, Hotelería y Gastronomía

Licenciatura en Administración Hotelera

TESINA

Hostels en Mendoza

Autor: María Laura Moschetta

Tutores: Lic. Gabriela Testa

Lic. Roberto Viñas

27 de septiembre de 2013

CALIFICACIÓN

ÍNDICE

CALIFICACIÓN.....	2
ÍNDICE	3
RESUMEN TÉCNICO	5
INTRODUCCIÓN.....	6
A) TÍTULO.....	6
B) PROPOSICIÓN	6
C) PROBLEMA.....	6
D) OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	7
<i>Objetivo general</i>	7
<i>Objetivos específicos</i>	7
E) JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	7
F) MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	7
G) METÓDICA ESPECÍFICA.....	9
<i>Tipo de estudio</i>	9
<i>Nivel de investigación</i>	9
<i>Organización y estructura del texto</i>	9
<i>Diseño de investigación</i>	10
CAPÍTULO I: SITUACIÓN DEL TURISMO Y LA OFERTA DE ALOJAMIENTO EN MENDOZA Y EN CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL.....	11
1. BREVE ANÁLISIS DEL TURISMO	11
1.1. <i>Turismo internacional en cifras</i>	11
1.2. <i>Argentina como plaza turística</i>	13
1.3. <i>El turismo en Mendoza</i>	14
2. LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE MENDOZA	15
2.1. <i>Composición y distribución por tipologías</i>	15
3. HOSTELS	19
3.1. <i>Historia de los hostels</i>	20
3.2. <i>Hostels en Mendoza</i>	21
3.3. <i>Hostelling Internacional</i>	24
CAPITULO II: MARCO LEGISLATIVO	26
1. LEGISLACIÓN DE ALOJAMIENTOS A NIVEL NACIONAL	26
1.1. <i>Ley 18.828</i>	26
1.2. <i>Legislación de hostels en Argentina</i>	27
1.3. <i>Legislación comparada</i>	27
1.4. <i>Norma IRAM SECTUR 42230 / 2009</i>	29
2. LEGISLACIÓN EN MENDOZA.....	36
2.1. <i>Ley 5.349</i>	36
2.2. <i>Resolución 568/07</i>	37
2.3. <i>Ordenanza municipal de la Ciudad de Mendoza 3688/17390/07</i>	40
3. CÁMARA DE HOSTELS DE MENDOZA	44
3.1. <i>Historia</i>	44
3.2. <i>Objetivos</i>	44

3.3. Misión	45
CAPITULO III: OFERTA DE HOSTEL.....	47
1. DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA DE HOSTELS EN ARGENTINA	47
2. ASPECTOS CUANTITATIVOS DE LA OFERTA DE ALBERGUES EN MENDOZA CAPITAL	52
3. ASPECTOS CUALITATIVOS DE LA OFERTA DE HOSTELS EN LA CIUDAD	54
CAPITULO IV: DEMANDA Y COMPETENCIA	55
1. DEMANDA	55
a. Preferencias de la demanda a nivel nacional	55
b. Registros estadísticos de la demanda de hostels en Mendoza	56
c. Composición de la demanda	57
2. COMPETENCIA.....	58
a. Cantidad de hoteles y para-hoteles en Mendoza	58
b. Aspectos en los que compiten los hostels con otros tipos de alojamiento.....	59
c. Efectos de la legislación aplicada en los últimos años.....	60
CAPITULO V: COMERCIALIZACIÓN	61
1. PRODUCTO-SERVICIO.....	61
a. “Servicenario” de los hostels de Mendoza	63
b. Estándares de atención.....	64
c. Recursos humanos	65
2. DISTRIBUCIÓN DE LOS SERVICIOS.....	66
Canales electrónicos.....	66
3. FIJACIÓN DE PRECIOS	70
a. Técnicas de fijación de precios utilizadas.....	70
4. COMUNICACIÓN DE LOS SERVICIOS	71
a. Alternativas de comunicación.....	71
b. Comunicación en el punto de ventas.....	72
c. Promociones de ventas	72
d. Referencias personales	73
e. Servicios en internet.....	74
5. MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS.....	75
a. Tipos de medición e información utilizados.....	75
6. DE LA PLANIFICACIÓN Y OTROS ASPECTOS.....	75
BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS.....	81
LEGISLACIÓN COMPARADA DE HOSTELS EN EL PAÍS	82
DOCUMENTOS NORMATIVOS PARA CONSULTA	86
IRAM-SECTUR 42230:2009	110
LISTADO DE HOSTELS EN MENDOZA	114
ENTREVISTAS REALIZADAS	134
CUESTIONARIO REALIZADO A PERSONAL DEL MINISTERIO DE TURISMO DE MENDOZA	148

RESUMEN TÉCNICO

Desde la crisis nacional de 2001, se dio en la Provincia de Mendoza, un crecimiento inesperado en materia turística, esto tuvo como resultado la aparición de novedosas modalidades de alojamiento, una de ellas es la tipología conocida como hostel. El objetivo del presente trabajo es facilitar un estudio sobre los hostels en la Ciudad de Mendoza. Para el logro de este fin se analizan las características de la actividad turística en el mundo, en América del Sur, en Argentina y en la Provincia de Mendoza; y se conceptualiza la modalidad de alojamiento de hostel y su participación en el sector turístico, se efectúan relevamientos de la legislación hotelera a nivel nacional, provincial y municipal, haciendo foco especialmente en las normativas específicas de los hostels en el país y la provincia de Mendoza, se caracterizan además, los aspectos cuantitativos y cualitativos de la oferta y demanda de albergues juveniles a lo largo del país y específicamente en Mendoza; y por último se aprecian las estrategias de comercialización utilizadas en este tipo de hospedaje. La metodología utilizada es de carácter cualitativo de nivel exploratorio, realizada mediante entrevistas, encuestas y observaciones directas.

Palabras claves:

Mendoza, hostel.

INTRODUCCIÓN

a) Título

Hostels en la Ciudad de Mendoza

b) Proposición

Los hostels de la Ciudad de Mendoza son un objeto sistemático de estudio, a través del cual se pueden conceptualizar sus características específicas, analizar su inicio y evolución dentro de la actividad turística de la provincia, poniendo especial atención en el marco legislativo, su oferta y demanda; y las estrategias de comercialización aplicadas por los propietarios de los distintos establecimientos.

Los hostels en la ciudad de Mendoza se encuentran con un alto nivel de desarrollo. En este sentido se ha generado una mayor demanda y oferta, que ha derivado en la búsqueda de mejoras constantes de los establecimientos, lo que favorece tanto a los propietarios de los hostels como a los clientes.

c) Problema

A partir de la crisis del año 2001, la actividad turística en nuestro país y sobre todo en la provincia de Mendoza, se inició un proceso de transformaciones y crecimiento cuantitativo y cualitativo; dentro del mismo los hostels se transformaron en un fenómeno que en la actualidad está perdiendo la fuerza con la que se desarrolló hasta hace algunos años.

La evidente dinámica turística de estos últimos 10 años y la escasez de estudios sobre la tipología de alojamiento denominada hostel sobre su historia y su evolución dentro de la Ciudad de Mendoza, invitan a un estudio más profundo.

El problema que se desea analizar en el presente trabajo puede formularse a través de las siguientes preguntas: ¿Qué es un hostel?, ¿Es necesaria una investigación que recorra la historia de dicha modalidad de alojamiento?, ¿Cómo se conforma la oferta de los hostels?, ¿Cómo se configura la demanda de estos albergues?, ¿Cuáles son las causas que llevaron al desarrollo de los hostels en nuestra ciudad?, ¿Qué estrategias de comercialización se utilizan en estos emprendimientos?.

d) Objetivos generales y específicos

- ***Objetivo general***

Facilitar un estudio sobre la tipología de alojamiento denominada hostel en la Ciudad de Mendoza.

- ***Objetivos específicos***

- 1- Analizar las características de la actividad turística en el mundo, en América del Sur, en Argentina y en la Provincia de Mendoza.
- 2- Conceptualizar la modalidad de alojamiento de hostel y su participación en el sector turístico.
- 3- Realizar una síntesis de la legislación existente respecto a hostels en el país y la provincia de Mendoza.
- 4- Caracterizar aspectos cuantitativos de la oferta de hostels.
- 5- Describir las características de la demanda y competencia del mercado de hostels.
- 6- Evaluar las estrategias de marketing utilizadas en este tipo de hospedaje.

e) Justificación del proyecto

La propuesta de investigación de la tipología denominada hostels es original ya que no existía dentro de la provincia un análisis de la modalidad en cuanto a su desarrollo y evolución. Esta iniciativa es necesaria a fin de conocer cuáles han sido los factores que han permitido tanto el desarrollo y la actual depresión del sector de alojamiento estudiado. Finalmente, debido a que esta opción de alojamiento se ha visto afectada por bajos niveles de rendimiento durante los últimos años, resulta oportuno el análisis que se realiza en la presente investigación.

f) Marco teórico-conceptual

A partir de la crisis nacional del año 2001, la provincia de Mendoza generó su posicionamiento en las primeras filas de la actividad turística del país.

La oferta mendocina está conformada por una extensa variedad de atractivos turísticos como el Parque Provincial Aconcagua, el Valle de Las Leñas, Cañón del Atuel, los Altos Limpios, Puente del Inca, Caverna de las Brujas, la Laguna de Llancanelo, los caminos del vino, la fiesta de la Vendimia, el Parque General San Martín, el arbolado público, las plazas y el sistema de riego y

canales; que han permitido el desarrollo de las diferentes áreas del turismo tales como el enoturismo, ecoturismo, turismo rural y turismo aventura, entre otros.

A lo largo de los últimos 10 años se duplicó la cantidad de establecimientos que prestan alojamiento superando los 650 en total. El ingreso de turistas a la provincia pasó de 1.800.000 a 2.100.000; lo que significó para Mendoza un ingreso anual de 2.600 millones de pesos (Balls, 2010). En relación a la evolución de la oferta de establecimientos (empresas de hotelería) hubo un incremento del 106,49% en el período 2002 - 2010, mientras que la cantidad de plazas (camas) ha tenido un aumento del 73,55%. La mayor concentración de establecimientos, habitaciones y plazas se da en el Gran Mendoza y en la Zona Sur, con aproximadamente el 60% y 30% respectivamente. La distribución por tipología de los establecimientos en Mendoza se observa que el 41,6% corresponden a hoteles, el 32,5% a complejos “para hoteleros” como hostels o apart hotel, y el 25,9% restante a propiedades de alquiler temporario (Gaffuri, 2010).

Como puede observarse, el crecimiento en el sector alojamiento, representa el avance de una tipología hasta hace algunos años desconocida y que supo tomar posición entre las principales alternativas de hospedaje dentro de nuestra provincia, es así que el hostel se destaca como un indicador del desarrollo del turismo en Mendoza.

Un hostel es un lugar que presta alojamiento, haciendo énfasis en las actividades al aire libre y el intercambio cultural entre jóvenes de distintos países. Esta modalidad se caracteriza por el alquiler de una cama en una habitación en la que se comparte baño, y además tiene cocina y salones comunes. Frecuentemente, también ofrecen habitaciones privadas.

En Mendoza esta tipología comienza a tener un notable crecimiento a partir del verano del año 2003, en enero existían en la provincia cinco (5) hostels registrados, a mediados de ese año ya funcionaban ocho (8) emprendimientos más y a finales del mismo la cifra ascendía a más de 20; las plazas en esta tipología de alojamiento era de tan sólo 100 en el año 2003 y en 2 años ya se contaba aproximadamente con 600.

Los atractivos a la hora de invertir en un hostel eran: un desembolso de dinero relativamente bajo (en comparación a otro tipo de alojamiento); y para muchos jóvenes inversores representaba un negocio “divertido” a diferencia de los hoteles tradicionales. Asimismo, es fundamental en la

consideración que la provincia de Mendoza, junto con la Patagonia captaron el 77% de los extranjeros que visitaron la Argentina durante el año 2002, quienes son los primordiales consumidores de este producto.

La oferta y la demanda de esta modalidad de alojamiento crecían a grandes niveles, la preferencia por los hostels como sitio de hospedaje se duplicó de 2003 con el 9,46% al 19,27% en 2008.

Sin embargo, con el paso de los años el sector comenzó a ver disminuciones en sus índices de crecimiento; es por esto que el presente proyecto propone un análisis profundo a fin de indagar en su conceptualización, su evolución, la existencia de cadenas internacionales; estudiar cuantitativamente la oferta: número de establecimientos, cantidad de plazas, la observación directa a hostels de la Ciudad; la legislación existente; la demanda y competencia: determinación del perfil de la demanda y las estrategias de marketing de los hostels.

g) Metódica específica

Tipo de estudio

Investigación cualitativa.

Nivel de investigación

Nivel exploratorio.

Organización y estructura del texto

El presente trabajo se compone de cinco capítulos.

En el Capítulo I, se analiza la actividad turística a nivel mundial, regional, nacional y provincial; y se conceptualiza la tipología de alojamiento denominada hostel, con una breve reseña de su historia y evolución.

En el Capítulo II, se desarrolla brevemente la legislación a nivel nacional, provincial y municipal, la normativa vigente para distintos tipos de alojamiento en general y específicamente la modalidad de hostel.

En el Capítulo III, se analiza la oferta de hostels a nivel nacional y provincial, específicamente en la ciudad de Mendoza y además los aspectos cuantitativos y cualitativos que configuran la oferta de esta tipología de alojamiento.

En el Capítulo IV, se realiza el análisis y descripción de la demanda y la competencia que conforman el mercado de hostels tanto a nivel nacional como provincial.

En el Capítulo V, se estudian los principios básicos de la comercialización de servicios y la aplicación de los mismos en los prestadores del servicio de alojamiento tipo hostel de la Ciudad de Mendoza.

Diseño de investigación

Observaciones, análisis de contenido y entrevistas.

- Unidades de análisis:
 - Hostels de la Ciudad de Mendoza
 - Ministerio de Turismo de Mendoza
- Población: personal de hostels de la Ciudad de Mendoza y empleados del Ministerio de Turismo de Mendoza.
- Definición de la muestra: no representativa, intencional.
- Tamaño de la muestra: 8 unidades de análisis.
 - Hostels de la Ciudad de Mendoza 7 entrevistas
 - Ministerio de Turismo 1 entrevista

CAPÍTULO I: SITUACIÓN DEL TURISMO Y LA OFERTA DE ALOJAMIENTO EN MENDOZA Y EN CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL

El presente trabajo surge frente a la necesidad de conocer la actualidad de la tipología de alojamiento conocida como hostel en Mendoza; para lo cual se considera de suma importancia realizar un análisis de la actividad turística a nivel mundial, regional, nacional y provincial; a modo de dar un marco conceptual para comprender con totalidad la situación de la modalidad de alojamiento mencionada, considerando los factores turísticos que la conforman y condicionan.

1. Breve análisis del turismo

1.1. Turismo internacional en cifras

El turismo ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como “el conjunto de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y superior a 24 horas, con fines de ocio, por negocio y otros.”

Luego de la Segunda Guerra Mundial surge el turismo de masas caracterizado por la estandarización, basado en ofrecer paquetes turísticos a viajeros inexpertos que buscaban satisfacer necesidades básicas y para quienes la calidad del producto no era una prioridad.

En la actualidad, la evolución del turismo ha llevado a un cambio de estrategia para captar una demanda heterogénea e impredecible con motivaciones complejas y a diseñar productos según las nuevas expectativas de los consumidores. Esta era está caracterizada por una segmentación, cuyos consumidores exigen mayor calidad en la prestación de los servicios por parte de operadores y agentes de viaje, valorando la experiencia turística, donde se toma conciencia por el medio ambiente, las culturas tradicionales y la población local, lo cual genera mayor selectividad a la hora de elegir el destino. De este modo, se explica la aparición de segmentos del mercado turístico alternativo en permanente evolución - que se diferencian por tener distintas motivaciones, deseos y necesidades que las básicas de descanso y placer. Esta tendencia genera el desarrollo de nuevas modalidades de turismo que reemplazan al tradicional por formas de turismo relacionadas con la naturaleza, la vida salvaje, las zonas rurales y la cultura y todo tipo de variaciones de programas ya establecidos tradicionalmente.

Uno de los segmentos que consumen mayoritariamente las modalidades de turismo alternativo es el constituido por los jóvenes, el cual representa aproximadamente el 20% de los arribos internacionales. Este segmento tiene un crecimiento acelerado y se observa un aumento en la duración de la estadía y los gastos que se producen durante la misma. (WYSE & UNWTO. 2008). En el año 2012 esta situación comenzó a cambiar negativamente debido al contexto económico de la República Argentina cada vez menos competitiva en términos turísticos.

El turismo internacional (viajes y transporte de pasajeros) representa al presente el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% de las exportaciones globales de bienes y servicios. Como categoría de exportación, a escala mundial, el turismo ocupa el cuarto puesto, después de los combustibles, los productos químicos y los productos alimentarios. (OMT 2012)

El turismo es en la actualidad uno de los impulsores socioeconómicos de numerosos países, ya que es una actividad clave en términos de importaciones y de mano de obra y ocupa un lugar estratégico a la hora de equilibrar el déficit y estimular el empleo. En los últimos 15 años esta actividad ha tenido un crecimiento anual promedio de 6,3%. De acuerdo a los registros de la *OMT en 2011*, los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 1,03 billones de dólares estadounidenses, partiendo de una cifra que alcanzaba a 928.000 millones en 2010. Los ingresos por turismo internacional crecieron un 3,8%, mientras las llegadas de turistas internacionales se incrementaron en un 4,6% en 2011 hasta alcanzar los 982 millones. Además se suman 196.000 millones de dólares en ingresos derivados del transporte internacional de pasajeros (considerados ingresos por exportaciones), los cuales elevaron el valor total de las exportaciones generadas por el turismo internacional en 2011.

La OMT realiza una subdivisión regional que se conforma por: África, Américas, Asia y el Pacífico, Europa y Oriente Medio. En 2011 las **Américas** registraron el mayor incremento en los ingresos configurado por el 5,7%, seguida por **Europa** 5,2%, **Asia y el Pacífico** 4,3% y **África** 2,2%. Sólo **Oriente Medio** registró un crecimiento negativo del 14%.

Con respecto a los ingresos por turismo internacional, es Europa la región que tiene mayor cuota de ingresos absolutos con 463.000 millones de dólares, seguida por Asia y el Pacífico (289.000

millones de dólares), en tercer lugar las Américas (199.000 millones de dólares), en cuarto lugar Oriente Medio (con 46.000 millones de dólares) y África (33.000 millones de dólares).

1.2. Argentina como plaza turística

En Argentina, se puede analizar la actividad respecto al turismo internacional e interno, con el fin de comprender los tipos de turistas y sus características.

El turismo internacional, se ha visto incrementado como antes se mencionaba y en nuestro país se pueden verificar los beneficios que éste ha generado.

En 2010, de acuerdo a la subdivisión regional de la OMT, dentro de Las Américas, Argentina se ubicó en el cuarto puesto, luego de Estados Unidos, México y Canadá. Las cifras respecto a la actividad turística son también positivas, de acuerdo a los registros de la Dirección de estudios de Mercado y Estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se ha visto durante el año 2011 un incremento del 29,9% de llegadas de turistas no residentes respecto de los registros del año 2009. En el año 2009 llegaron al país 4.307.666 turistas no residentes (año en el que se registraron decrecimientos en las cifras respecto a turismo debido a dos factores específicos como la crisis internacional y la epidemia de gripe “A”), mientras en el año 2010 la cifra aumentó a 5.325.129, cerrando en 2011 con 5.633.069 arribos. Estas cifras ubican a la Argentina en el primer puesto de la subregión América del Sur abarcando el 23% de las llegadas internacionales, seguido por Brasil con el 22% y en tercer puesto Chile con el 12%. (Télam, 2012). Actualmente según el Ministro de Turismo Enrique Meyer, el turismo en nuestro país se ubica en el tercer lugar de ingreso de divisas al país.

En cuanto al gasto promedio de los turistas no residentes que se analiza, se muestra una evolución positiva que va de 3837,5 millones de dólares en el año 2009, ascendiendo a 4.816,4 en 2010 y en el año 2011 un aumento del 8,2% respecto del año anterior alcanzando 5.210,8 millones de dólares. Argentina obtuvo el quinto puesto en ingresos económicos generados por las llegadas, ubicándose después de Estados Unidos, México, Canadá y Brasil. (Turismo interno todas las vías, informe de avance. 2011).

La procedencia de los turistas no residentes registró en 2010 al igual que en 2009 el mayor flujo turístico de los países limítrofes (66,1%) liderados por Chile (22,5%) y Brasil (20,2); y en segundo lugar Europa emitió el 14,1% del total de turistas internacionales que arribaron al país.

El turismo interno por otro lado registra incrementos en los últimos años que van desde 37.124.988 de desplazamientos a los distintos destinos del país en 2009, ascendiendo a 40.404.104 en 2010 y alcanzando en el año 2011 la suma total de 44.564.447 llegadas. (Turismo interno todas las vías, informe de avance. 2011).

1.3. El turismo en Mendoza

La Provincia de Mendoza es actualmente uno de los principales destinos turísticos del país, este posicionamiento surge a partir de la crisis nacional del año 2001 en el cual se generan distintas condiciones que favorecieron el desarrollo de la propuesta turística mendocina. En primer lugar se suscitaron importantes inversiones en equipamiento hotelero, centros comerciales, shoppings, restaurantes y universidades.

La población argentina no tenía poder adquisitivo en dólares por lo que se dificultaba viajar al exterior, y se hacía cada vez más evidente el desarrollo del turismo interno, mientras la relación cambiaria favorable para turistas extranjeros estimulaba la visita de no residentes. La conjunción de estos factores llevó a un desarrollo económico, social, cultural, de infraestructura, estructura e instalaciones; que permitió el crecimiento que hoy por hoy tiene la provincia a nivel de oferta turística.

Considerando los resultados del Turplan I, que se desarrolló entre el año 2000 y 2005, se puede observar un crecimiento de la demanda turística que va del 8% al 10% anual, llegando en 2005 a la cifra de 1.680.000 turistas, los que generaron ingresos de \$1020 millones de pesos, un 15% mayor a los ingresos del año anterior inmediato. El gasto diario promedio de los turistas de acuerdo a nacionalidades se clasificaba en: \$120 argentinos, \$145 turistas chilenos y \$245 turistas del resto del mundo. Del total de estos visitantes el 65% eran argentinos, el 20% chilenos y el 15% del resto del mundo.

Actualmente, según las cifras del Ministerio de Turismo de Mendoza, el total de visitantes supera los dos millones anuales. Desde el año 2003 al año 2010 se duplicó la cantidad de establecimientos que prestan alojamiento superando los 650. Los ingresos de turistas pasaron de 1.800.000 a 2.100.000; lo que significó para la provincia un ingreso anual de 2.600 millones de pesos. El gasto diario promedio es de \$194, discriminado por nacionalidades es de \$163 turistas argentinos, \$244 chilenos y \$234 turistas del resto del mundo, según un análisis global de las encuestas provinciales de caracterización del turista ejecutadas por la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas durante los 12 meses del año 2011. En cuanto al origen de los visitantes las cifras se mantienen constantes en 65% de los turistas son nacionales y el 35% son visitantes extranjeros.

En 2001, con el inminente crecimiento del turismo, una demanda cautiva de 36.000.000 de habitantes para 350.000 camas en todo el país y en Mendoza con sólo 15.000 camas; se presenta la necesidad de invertir en infraestructura, estructura e instalaciones y de diversificar la oferta para los diferentes tipos de turistas que visitan la provincia, considerando también una mejora en los alojamientos existentes.

2. La oferta de alojamientos turísticos de Mendoza

2.1. *Composición y distribución por tipologías*

De acuerdo a los registros del año 2010, en la provincia de Mendoza, las localidades que concentraban la mayor cantidad de plazas hoteleras y para-hoteleras eran Ciudad de Mendoza (48%), San Rafael (23%) y Malargüe (10%). Las plazas hoteleras se concentraban principalmente en hoteles 3 estrellas, hoteles 1 estrella y hoteles sin categorizar (16%). Las plazas para-hoteleras lo hacían en la categoría cabañas/bungalows (38%), hospedajes (26%) y albergues, hostel y Bed & Breakfast (20%).

Actualmente, según las cifras otorgadas por el Ministerio de Turismo de Mendoza, la oferta de alojamiento de la provincia está conformada por 465 establecimientos, en los cuales se pueden discriminar 153 establecimientos hoteleros y 312 para-hoteleros.

Los establecimientos hoteleros son mayormente hoteles 3 estrellas, hoteles 2 estrellas y hoteles 1 estrella. Por otra parte los alojamientos para-hoteleros se ven ampliamente representados por los campings, hospedajes, hostels y cabañas; respetando el orden mencionado. A continuación se

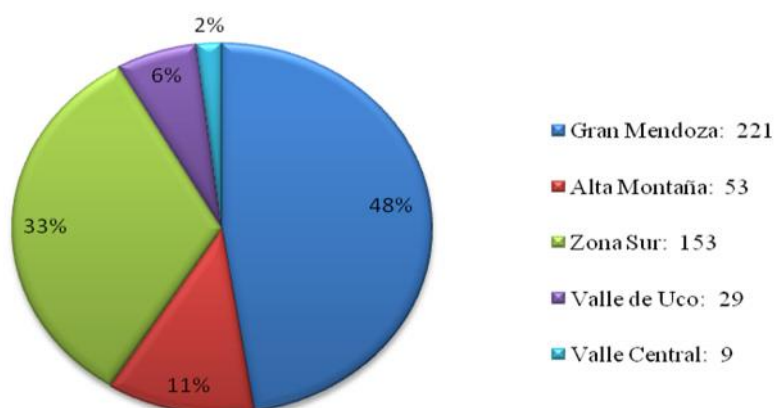
expone una serie de gráficos y tablas para representar la composición y distribución de la oferta de alojamiento de la provincia. Se ha realizado una discriminación por zonas geográficas de Mendoza a fin de visualizar claramente la repartición de la oferta de alojamiento, dichas zonas son: **Gran Mendoza** (Capital, Guaymallén, Godoy Cruz, Maipú y las áreas urbanas y suburbanas de Luján de Cuyo y de Las Heras), **Alta montaña** (y las áreas de montaña y valles y serranías de Luján de Cuyo y Las Heras), **Zona Sur** (San Rafael, General Alvear y Malargüe), **Valle de Uco** (Tupungato, Tunuyán y San Carlos) y el **Valle Central** (San Martín, Junín, Rivadavia, Santa Rosa y La Paz) y Lavalle.

Distribución por tipologías de alojamiento en la Provincia de Mendoza en el año 2012

Tipología de alojamiento	Cantidad
Hoteles 5*	5
Hoteles 4*	16
Hoteles 3*	42
Hoteles 2*	30
Hoteles 1*	30
Aparthoteles 3*	6
Aparthoteles 2*	9
Aparthoteles 1*	15
Cabañas	78
Campings	45
Complejos turísticos	8
Hospedajes	65
Hospedajes rurales	27
Moteles	5
Hostels	59
Bed & Breakfast	3
Hosterías	10
Refugios	12

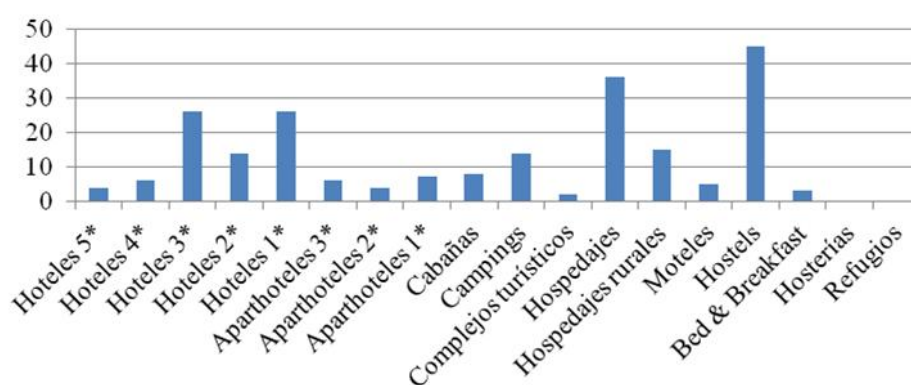
Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar

Distribución de oferta de alojamiento por zonas turísticas de la Provincia de Mendoza en 2012



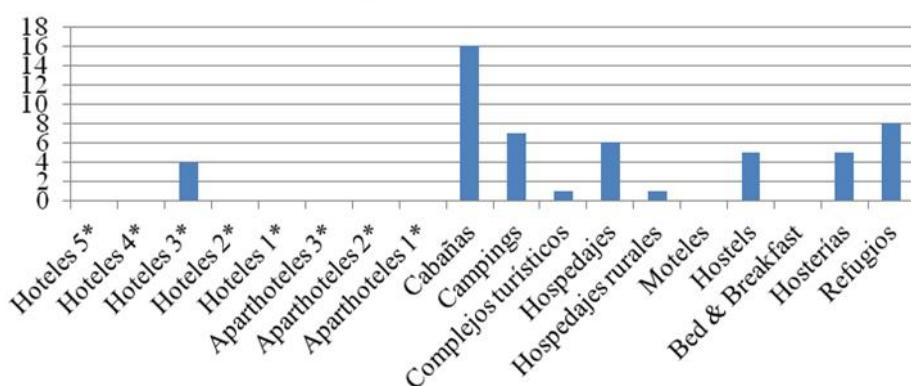
Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.

Oferta de alojamiento en el Gran Mendoza

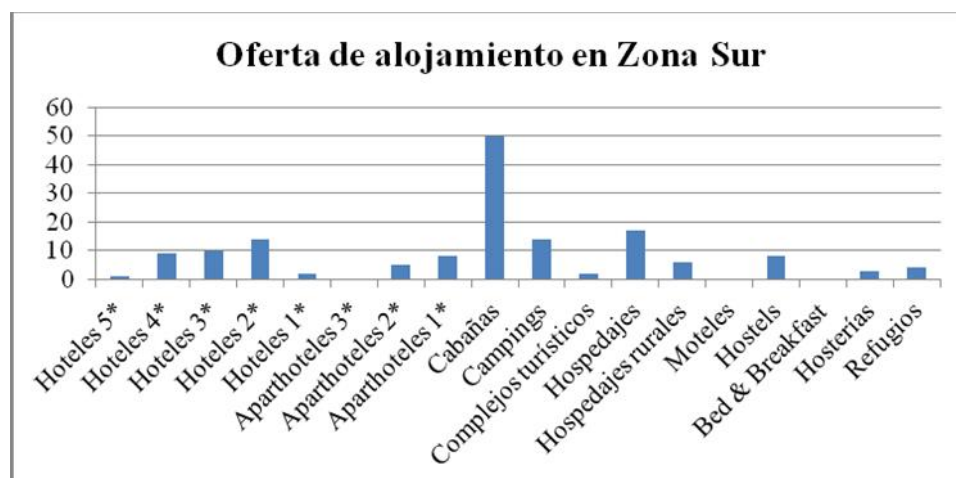


Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.

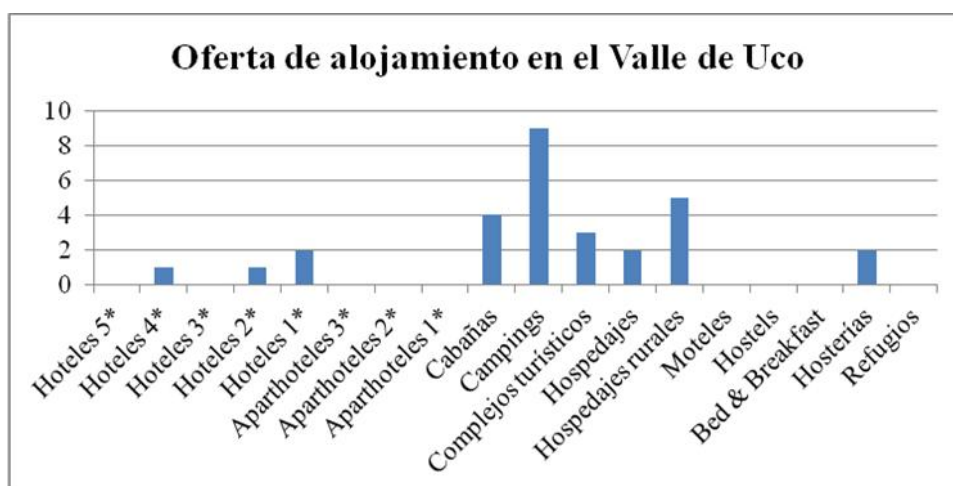
Oferta de alojamiento en Alta montaña



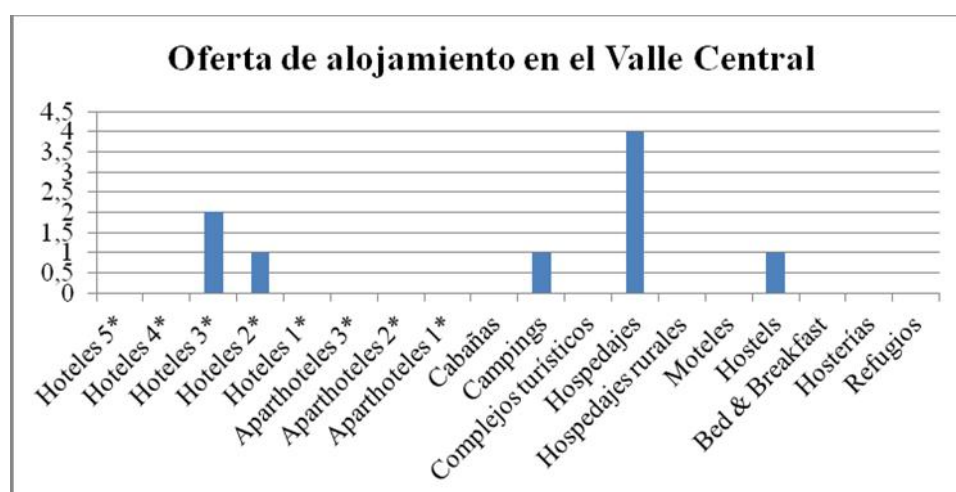
Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.



Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.



Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.



Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.

3. Hostels

Una de las modalidades de alojamiento que presentó un salto cuantitativo y cualitativo es la tipología conocida como hostel. A continuación se realizará una descripción general, a fin de informar acerca de esta alternativa de alojamiento que ha tomado importancia en los últimos años tanto para la demanda como la oferta turística de la provincia de Mendoza.

Un **hostel**, también llamado *hostal*, es un lugar que presta alojamiento, haciendo énfasis en las actividades al aire libre y el intercambio cultural entre jóvenes de distintos países. Esta modalidad se caracteriza por el alquiler de una cama (a veces cucheta) en una habitación en la que se comparte baño y además tiene cocina y salones comunes. Frecuentemente también están disponibles habitaciones privadas.

Beneficios:

- Bajo precio de alojamiento comparado con otras alternativas.
- El huésped puede conocer a viajeros de todo el mundo.
- Brinda la oportunidad de obtener un aprendizaje multicultural, ya que existe una mayor interacción entre los huéspedes que en un hotel tradicional.
- Algunos facilitan otras actividades para sus huéspedes en forma gratuita o a bajo costo.

Desventajas:

- Posibles robos, debido a los espacios compartidos.
- Dificultad de dormir a causa de ruidos, provenientes de quienes llegan a la habitación a altas horas de la noche.

Las diferencias con los hoteles

- El hostel básicamente vende camas con baños a compartir y no habitación, aun que como ya se dijo, también se incluye la opción de habitaciones privadas.
- Los precios de las habitaciones de hostel son considerablemente más bajos que los de hotel.

- El hostel está diseñado para personas que prefieren un ambiente informal y para estar acompañados de amigos en una misma habitación. El aspecto de los dormitorios colaboran también a la fluida interacción de los huéspedes.

Características

Entre las principales características se destacan:

- Las habitaciones varían de tamaño entre los distintos establecimientos, generalmente se componen entre cuatro a veinte camas. La mayoría están equipadas con camas cuchetas.
- Ofrecen duchas y baños compartidos que se encuentran cercanos a las habitaciones.
- La mayoría tiene cocinas, donde los huéspedes pueden preparar su comida y algunos cuentan además con sus propios restaurantes, cafés o bares.
- Casi todos ofrecen lockers (gratis o con un costo de alquiler) para permitir a los huéspedes el resguardo de sus pertenencias; las mismas pueden estar en las habitaciones o en un área apartada.
- Algunos ofrecen ropa blanca (sábanas, toallas, etc.).

Sobre estos aspectos, cabe aclarar que en Mendoza, existen ciertas regulaciones respecto de las condiciones que deben cumplir las habitaciones e instalaciones de este tipo de alojamiento, las cuales se analizarán con detalle en el siguiente capítulo.

3.1. Historia de los hostels

La historia de los hostels data del año 1908, cuando un maestro de escuela de un pueblo minero en Alemania llamado Richard Schirrmann, comenzó a planificar viajes recreativos con sus alumnos al campo, debido a los problemas de salud que presentaban los jóvenes. Para dichos viajes se hacía uso de escuelas rurales que estaban vacías los fines de semana y en vacaciones.

Estos viajes tomaron mucha popularidad, lo que derivó en la apertura del primer hostel instalado en un castillo reconstruido en Altena – Alemania en 1909, que actualmente sigue funcionando como tal. Diez años más tarde, el pionero fundó la Asociación Alemana de Albergues para Jóvenes. El movimiento de albergues para jóvenes se expandió con rapidez, primero en Europa, y en el resto del

mundo entre los años 30 y 50. En 1932 se fundó en Ámsterdam la Federación Internacional de Albergues para Jóvenes (IYHF), que estableció sus oficinas en Londres. Hoy todos los hostels de las organizaciones que componen IYHF trabajan bajo la marca Hostelling International y cumplen con un sistema de normas mínimas garantizadas que son bienvenida, limpieza, seguridad, privacidad y comodidad.

En los años 60 y 70 surge un nuevo tipo de viajeros, que desean especialmente conocer otros lugares (frecuentemente distantes) para entrar en contacto con otras culturas y personas. El hostel presentaba una opción económicamente viable para este tipo de viajeros.

En un principio se imponía un límite de edad en este tipo de alojamiento, pero hoy en día es común que acepten personas de todas las edades. La mayoría de sus huéspedes son jóvenes entre 18 y 26 años de edad, el precio es razonable, y el alojamiento es comunitario con la opción de habitaciones privadas. Actualmente, se pueden encontrar hostels de muy bajo precio en la mayoría de las ciudades del mundo, principalmente en las capitales.

3.2. Hostels en Mendoza

Una vez definida en líneas generales esta tipología, se hace necesario un análisis a nivel local de los efectos y la evolución que ha tenido la misma en los últimos años dentro de la Provincia de Mendoza.

Luego del fenómeno que tuvo comienzo en el año 2001 en el sector turístico, en el cual se conjugaron inversiones, reaperturas y ampliaciones que aumentaron el número de plazas de alojamiento un 20% respecto de las 15.000 plazas registradas inicialmente, en 18 meses con un ascenso en la cifra final a 17.500. A nivel nacional en 2001 no había más de 50 hostels en el país y luego de 6 años superaban los 400.

La oferta de hostel tiene sus primeros avances a partir del verano del año 2003, en enero existían en la provincia cinco (5) hostels registrados, a mediados de año ya funcionaban ocho (8) emprendimientos más y a fines de ese año la cifra ascendía a más de 20; las plazas en esta tipología de alojamiento era de tan sólo 100 en el año 2003 y en 2 años ya se contaba con 600 plazas.

En otras palabras, desde el año 2003 a 2007, el fenómeno de los hostels se convirtió en un buen emprendimiento, de relativamente bajo costo de instalación y mantenimiento, de allí su crecimiento. Además de la situación favorable en materia turística anteriormente mencionada, algunos de los factores que resultaban atractivos a la hora de invertir en un hostel eran en un principio un desembolso de dinero relativamente bajo (en comparación a otro tipo de alojamiento) en el cual se supone que sería entre 50.000 y 100.000 pesos (sin el inmueble, o sea alquilándolo o siendo propietario del mismo) para instalarlo correctamente (este fenómeno se suscitó entre los años 2005 y 2007 mayormente); que se suponía para los jóvenes inversores un negocio más atractivo a diferencia de los hoteles tradicionales y por último que la Provincia de Mendoza, junto con la Patagonia captaron el 77% de los extranjeros que visitaron la Argentina durante el año 2002 (público objetivo de esta tipología).

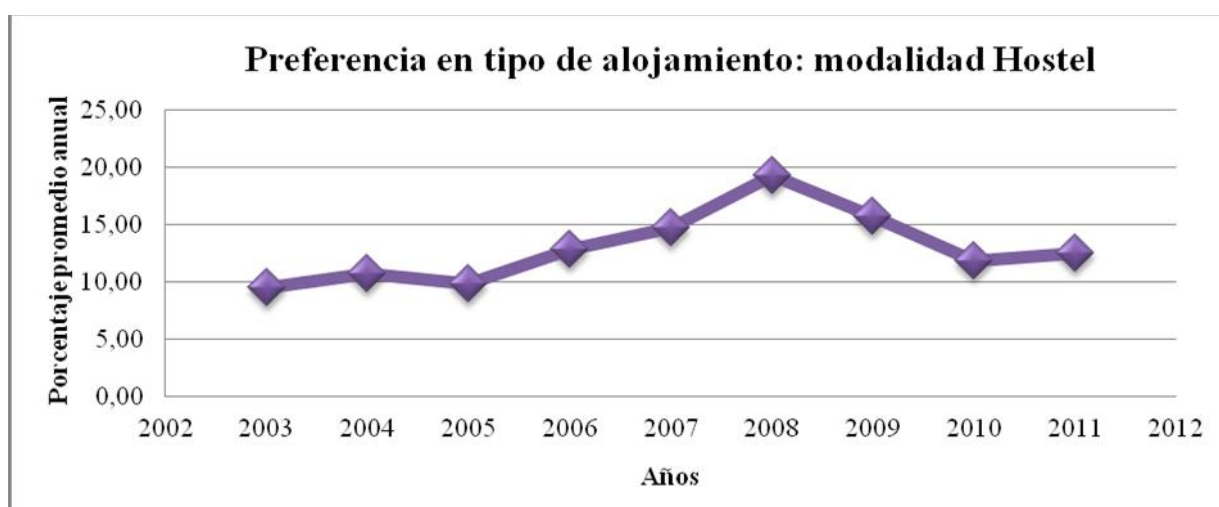
La realidad en números: la tendencia era clara y esta suponía el aumento en el número de establecimientos de este tipo, sobre todo en la Ciudad de Mendoza. En el año 2006 ya existían en Mendoza 55 hostels habilitados de los cuales 35 se ubicaban en la Ciudad de Mendoza, por lo que luego de más de un año de análisis, en julio de 2006, el Concejo Deliberante de la Ciudad de Mendoza aprobó una ordenanza que buscaba solucionar los problemas generados por el funcionamiento de estos establecimientos en el radio urbano, debido a la ausencia de una normativa municipal y provincial que regulara las nuevas modalidades de prestación de servicios turísticos, que en ocasiones presentaban condiciones de hacinamiento que atentaban contra la calidad con la que debiera prestarse el servicio de alojamiento y generaban conflictos con los vecinos. En dicho proyecto de reglamentación participaron las direcciones de Planificación Urbana, Gestión Ambiental, Obras privadas y Comercio e Inspección General; además de los concejales que participaron en las reuniones de comisión y la Subsecretaría de Turismo de la provincia. En el siguiente capítulo se desarrollarán en detalle los aspectos legislativos de la modalidad analizada.

En 2010 continuaba el crecimiento en el número de hostels habilitados en la provincia, para ese año sumaban más de 60 establecimientos en la provincia y dentro de la Ciudad de Mendoza se concentraban alrededor de 50.

Los resultados del sector analizados en los años siguientes al 2008 comenzaron a ser desfavorables, a pesar del crecimiento sostenido que se vio en los años recorridos por esta investigación hasta el

momento, de acuerdo al análisis en septiembre del año 2009 de Pedro Uribarrena (ex subsecretario de turismo y ex empresario hotelero) esta decadencia se debe a una serie de factores relacionados con la falta de planificación de una estrategia de largo plazo, promocionando a Mendoza como sede de congresos y convenciones; la estimulación de la oferta turística informal (departamentos amoblados, familias de turistas que se abastecen en supermercados y no van a restaurantes); un exceso de oferta, con una relación cambiaria no conveniente, Mendoza es nuevamente cara en términos de dólares por lo que los turistas internos prefieren viajar al exterior y los turistas extranjeros eligen otros destinos.

En la actualidad se encuentran habilitados 45 hostels en el Gran Mendoza. De acuerdo a las ondas DEIE, se observa una disminución respecto de la preferencia de hostel como tipología de alojamiento por parte de la demanda, tal como puede observarse en el siguiente gráfico, en el cual se analiza cronológicamente desde el año 2003 al 2011 como los porcentajes promedio anuales de preferencia de esta tipología:



Fuente: elaboración propia según datos relevados de Ondas DEIE desde diciembre de 2002 a diciembre de 2011.

Con un panorama poco alentador para los hostels, se considera necesario encarar en este trabajo un análisis en profundidad de los aspectos que conforman la tipología con motivos de establecer las posibles causas que han llevado al decrecimiento de la preferencia del sector analizado, con la conformación de un informe que permita conocer la historia de la modalidad de alojamiento y generar conclusiones que permitan una mejora en la situación de los establecimientos que actualmente funcionan en la Ciudad de Mendoza.

3.3. *Hostelling Internacional*

En la actualidad Hostelling Internacional cuenta con casi 4200 establecimientos, en 80 países en los cinco continentes; estableciendo como pilares de su existencia el servicio y la calidad. Su filosofía, como columna vertebral, tiene sus premisas específicas que son las siguientes:

- El primer objetivo es la juventud.
- Todo el mundo es bienvenido.
- Es una organización sin fines de lucro.
- Educa con el ejemplo.
- Promueve un mejor entendimiento entre los viajeros nacionales e internacionales.
- Fomenta la conservación del medio ambiente.

La misión del movimiento, establecida en el Art. 2 de su constitución determina: *"Promover la educación de los jóvenes de todas las naciones, pero especialmente los de medios limitados, estimulando en ellos un mayor conocimiento, afecto y cuidado de la naturaleza y una apreciación de los valores culturales de las ciudades, tanto grandes como pequeñas, de todas partes del mundo y, como medio para lograrlo, ofrecer hostels u otra clase de alojamiento en los que no haya distinción de raza, nacionalidad color, religión, sexo, clase social u opiniones políticas, para que puedan llegar así a comprender mejor a sus semejantes, tanto en su propio país como en el extranjero"*.

Todos los hostels que forman parte de Hostelling International son inspeccionados según el Plan de Normas Garantizadas, creado por la Federación Internacional de Albergues Juveniles (IYHF), para establecer estándares de calidad garantizada; que cumplen con las siguientes normas:

Bienvenida

Cualquier persona puede formar parte del movimiento y puede asociarse al momento de registrarse en alguno de los establecimientos que componen Hostelling Internacional. Este aspecto garantiza un óptimo trato en la estadía de los pasajeros.

Confort

La mayoría de los establecimientos incluyen ropa de cama en su precio, cuentan con suficientes

baños para la higiene personal de sus huéspedes, sirven comidas y cuentan en algunos casos con cocinas disponibles para todos los pasajeros. Esto garantiza la comodidad en la estadía.

Seguridad

Se dispone de lockers para quienes comparten habitaciones, algunos hostels también tienen cajas de seguridad fuera de las habitaciones y depósitos de equipaje. Estos aspectos garantizan la seguridad personal y de las pertenencias de los visitantes.

Privacidad

Las habitaciones y baños se encuentran divididos por sexos; además algunos establecimientos cuentan con habitaciones privadas para parejas, familias o grupos de amigos. Esto garantiza la intimidad en duchas, baños y habitaciones a compartir.

Limpieza

Se cumplen las más rigurosas normas de higiene en todas las áreas del hostel.

CAPITULO II: MARCO LEGISLATIVO

En el presente capítulo se realizará un breve repaso por la legislación a nivel nacional, provincial y municipal; dicho análisis se aplicará tanto en la tipología de alojamiento en la que se enfoca el trabajo como así también en otros tipos de alojamientos de manera de comprender el contexto normativo en el cual se desarrolla el fenómeno de los hostels en nuestro país y específicamente en la provincia de Mendoza.

1. Legislación de alojamientos a nivel nacional

1.1. Ley 18.828

La Ley Nacional de Hotelería 18.828 dictada el 06 de noviembre de 1970, junto con el Decreto Reglamentario 1818/76, actualmente muy desactualizadas, fueron el pilar de las distintas normativas destinadas a la regulación y control de la oferta de los servicios de alojamiento del país.

De acuerdo al primer artículo de esta ley, quedan sujetos a la misma y a las normas que se dicten en su consecuencia, los establecimientos comerciales en zonas turísticas, o aquellos afectados por los planes nacionales de promoción del turismo y los que por sus características sean declarados de interés para el turista, que presten normalmente servicios de alojamiento, por periodos no menores al de una pernoctación a personas que no constituyan su domicilio permanente en ellos.

En el articulado completo, se determinan obligaciones en cuanto a la inscripción, documentación y funcionamiento en general.

Por otra parte el órgano regulador lo constituye la Secretaría de Estado de Deportes y Turismo, a través de la Subsecretaría de Turismo.

Por último también en el articulado se determinan los requisitos específicos de cada modalidad de alojamiento, a modo de ejemplo: número máximo y mínimo de plazas, el porcentaje de baños privados con los que debe contar el establecimiento, las superficies mínimas: de cada tipo de habitación, de los baños privados, de la sala de estar y otros.

El decreto clasifica los establecimientos del siguiente modo:

- Hostería: categorías: 1, 2 y 3 estrellas.
- Motel: categorías: 1, 2 y 3 estrellas.
- Hotel: categorías: 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas.

Como se puede observar al comienzo de este capítulo, la legislación de alojamiento turístico en nuestro país, tiene un problema notable que es la obsolescencia, teniendo en cuenta este factor, la mayoría de las provincias han asumido el rol de fiscalizador del alojamiento turístico de su jurisdicción, para lo cual han trabajado en la reglamentación de dichos establecimientos.

1.2. Legislación de hostels en Argentina

En Argentina, solo cuatro provincias han dictado normativas que contemplan a los hostels o albergues juveniles, las mismas son: Buenos Aires (en Provincia y Ciudad Autónoma), Mendoza, Río Negro y Tucumán. En el caso de la Provincia de Buenos Aires, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha dictado una nueva ordenanza que reemplaza la dictada en 1980 y que realiza una recategorización de los alojamientos turísticos. Estas reglamentaciones dan especial atención a la esencia de los hostels y se configuran de tal modo que permite a los albergues juveniles ser un tipo de alojamiento económico y un espacio de encuentro e intercambio cultural, como ya se expresara, es notable que plazas turísticas como Misiones, Salta y Jujuy; que tienen gran demanda turística, sobre todo de modalidades de alojamiento alternativo, aún no han actualizado sus normativas, tanto así como el resto de las provincias que no han enmarcado estas tipologías de alojamiento que permiten captar a importantes corrientes turísticas como es el turismo juvenil; perdiendo posibilidades de crecimiento y creando, a través de las gestiones deficientes de los servicios, una imagen negativa del país como destino turístico.

1.3. Legislación comparada

- Buenos Aires: Decreto N° 659/07 – Reglamento de Reclasificación y Recategorización de los Alojamientos Turísticos de la Provincia de Buenos Aires.
- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ordenanza N° 41.733 – Modificación de Ordenanza N° 36.136 Reglamentación de alojamientos Turísticos.

- Mendoza: Resolución N° 568/07 – Resolución de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Mendoza.
- Rio Negro: Decreto N° 657/03 – Sistema de Clasificación de Alojamientos Turísticos. Resolución 762/03 – Reglamentación del Sistema de Clasificación de Alojamientos Turísticos.
- Tucumán: Resolución N° 5153/3 – Ente Autárquico Tucumán Turístico. Reglamento de Nuevas Formas de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Tucumán.

Con respecto a la normativa vigente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la misma se ha sancionado en el mes de Agosto de 2013 y se reglamentará en los próximos 180 días, la misma reemplaza a la ordenanza N° 36.136 (dictada en el año 1980) y regula la clasificación, inscripción, control y categorización de establecimientos que funcionan en la Ciudad de Buenos Aires, dando lugar a tipologías de alojamiento que han aparecido en los últimos años. La misma se divide en tres categorías de establecimientos que son: *hotelero* (hoteles de 1 a 5 estrellas, apart-hotel de 1 a 3 estrellas y hotel boutique categoría estándar o superior); *para-hotelero* (cama y desayuno, hostel y bed & breakfast, categoría estándar o superior, albergue turístico y hostel, también estándar o superior, y el hospedaje turístico y residencial turístico, con categoría A o B); y *extra-hotelero* (campamentos turísticos y campings).

Del contenido de las normativas vigentes respecto de la tipología de alojamiento tipo hostel se desprende principalmente que en su totalidad las mismas respetan los principios esenciales de los hostels que son el ofrecimiento de un albergue de bajo costo y que disponga de un espacio propicio para el intercambio cultural y el encuentro de jóvenes y jóvenes adultos de todo el mundo; es por este motivo que todas las normativas exigen a los propietarios la existencia de espacios comunes como salas de estar de uso compartido, como así también facilidades para que los pasajeros preparen sus alimentos e instalaciones para el lavado de sus prendas.

La resolución de Mendoza establece medidas y características específicas respecto del equipamiento obligatorio en habitaciones, sanitarios y espacios comunes, las otras en cambio establecen parámetros mínimos del equipamiento en sanitarios y habitaciones.

Luego de este análisis, se puede señalar que las cuatro legislaciones vigentes coinciden en los aspectos básicos de la tipología de alojamiento que se caracteriza por brindar alojamiento en habitaciones compartidas, pero con la posibilidad de ofrecer habitaciones privadas con sanitario propios. Tucumán no posee un límite de plazas, pero en Buenos Aires, Mendoza y Río Negro, se establece un número máximo de plazas permitidas en cada establecimiento.

En líneas generales la legislación provincial de estos cuatro destinos ha permitido delinear los requisitos específicos que esta modalidad exige y deja expuestas las falencias normativas de provincias como Chubut y Neuquén; donde este tipo de alojamiento es muy solicitado por la clase de turistas que las visitan y en las cuales por esta falta de reglamentación se corre el riesgo de que se encuentren funcionando en la actualidad establecimientos con la denominación de hostel que no tienen en sus prestaciones ningún tipo de relación con la tipología o lo hacen con bajos estándares de calidad lo que puede repercutir negativamente tanto en el sector de hostels como en la imagen del país como destino turístico.

Para más precisiones respecto a la legislación comparada ver *anexos*.

1.4. Norma IRAM SECTUR 42230 / 2009

La norma que se describe a continuación fue elaborada en conjunto por IRAM y con la Secretaría de Turismo de la Nación, la misma fue presentada en junio de 2009. Esta norma se denomina: Norma Argentina – IRAM SECTUR 42230: “Hostel – Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente”.

El Sistema de Gestión de la Calidad, la Seguridad y el Ambiente aplicado a los “hostels”, que será detallado a continuación se compone por nueve puntos principales que hacen al objetivo de la norma que es: *establecer los lineamientos básicos para una adecuada gestión integrada de la calidad, ambiente y seguridad aplicada a los servicios*. Esta herramienta permite optimizar los recursos y asegurar los resultados, buscando la mejora de la atención al huésped y la profesionalización del sector. El surgimiento de la misma se ve motivado por la necesidad de mejorar la prestación del servicio para satisfacer una demanda cada vez más exigente, contemplando las realidades del sector.

1- Objeto y campo de aplicación

La norma establece los requisitos para implementar un sistema de gestión integrado, cuando la dirección de la organización: requiera un marco de referencia para la optimización de la prestación; desea implementar prácticas ambientales y aspira a aumentar la satisfacción del cliente.

2- Documentos normativos para consulta

Los siguientes documentos normativos son indispensables para la aplicación de la norma: IRAM 3800: Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional. Requisitos; IRAM-ISO 9000: Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario; IRAM-ISO 14050: Gestión ambiental. Vocabulario; UNE-EN ISO 18513: Tourism Services. Hotels and other types of tourism accommodation. Terminology. (Ver *anexos*)

3- Términos y definiciones

Para los fines de la norma se aplican términos y definiciones específicas de: hostel, cliente, huésped, contingencia, cucheta, desinfección, indicador, limpieza, peligro, responsabilidad social, riesgo y sistema.

- Hostel: establecimiento que brinda alojamiento no permanente, inferior a treinta días, conformado por habitaciones compartidas y/o por habitaciones privadas (individuales, dobles, triples o cuádruples) con o sin baño privado. Cuenta con sala de estar y cocina de uso común.
- Cliente: organización o persona que contrata el servicio para sí o para terceros.
- Huésped: cliente que se registra en el alojamiento turístico.
- Contingencia: posibilidad de que algo suceda o no suceda.
- Cucheta: son las camas, que por economía de espacio, se suelen colocar una encima de otra.
- Desinfección: acción y efecto de eliminar agentes patógenos.

- Indicador: cuantificación para medir o comparar los resultado efectivamente obtenidos de procesos, productos o servicios.
- Limpieza: acción y efecto de eliminar agentes patógenos.
- Peligro: fuente o situación con potencial para producir daños en términos de lesión a personas, enfermedad ocupacional, daños a la propiedad, al ambiente o una combinación de éstos.
- Responsabilidad social: responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético.
- Riesgo: combinación entre la probabilidad de que ocurra un determinado evento peligroso y la magnitud de sus consecuencias.
- Sistema: conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan.

Como toda norma IRAM específica se establece un **manual de gestión de la calidad**, la seguridad y el ambiente.

- Contar con el **compromiso de la dirección** para asumir la responsabilidad respecto del servicio ofrecido, evidenciando estas acciones y designando a una persona que asuma esta tarea y que asegure el cumplimiento del sistema de gestión integrado.
- **Controlar la documentación.**
- **Controlar los registros.**

4- Recursos humanos

La dirección debe realizar los siguientes pasos en cuanto a recursos humanos:

- a- Definir los perfiles de los puestos de trabajo y establecer las actividades y responsabilidades propias asignadas por el sistema de gestión integrado a cada rol.
- b- Asegurar el soporte físico y técnico (manuales de procedimientos, sistema informático, etc.) necesario para facilitar el correcto desempeño del personal, establecer los procedimientos e

instructivos necesarios para cada puesto de trabajo y definir las reglas de cortesía y trato con el cliente.

- c- Definir un proceso de selección para la incorporación de nuevo personal y brindar información introductoria a las personas que se incorporan a la institución donde se transmita la política, los objetivos y la operativa de la organización.
- d- Proporcionar la formación necesaria y continua para que el personal mantenga un adecuado nivel de calidad en la prestación de los servicios, cubriendo las temáticas de: gestión de calidad, buenas prácticas ambientales, prevención de riesgos laborales y resolución de situaciones de emergencia.
- e- Definir y asegurar un sistema de comunicación interno, comunicar a todos los integrantes los resultados del servicio y el grado de satisfacción del cliente y establecer los medios para que el personal transmita sus comentarios y sugerencias.

5- Realización del servicio

Este aspecto se divide en dos categorías:

a- Procesos principales: dentro de los cuales se encuentran:

- Comunicación de los servicios
- Reservas
- Ingreso de huéspedes
- Atención al huésped durante la estadía
- Atención telefónica
- Desayuno
- Servicio de habitaciones

b- Procesos de soporte: en los que se consignan:

- Mantenimiento

- Limpieza

Compras

6- Gestión ambiental

Los requisitos generales disponen que la dirección debe: definir, implementar y documentar un programa de prácticas ambientales; designar a un responsable de la gestión ambiental del establecimiento; prever las acciones encaminadas a una disminución del impacto ambiental con respecto a energía, agua, gestión de residuos, reducción del uso de productos nocivos para el medio ambiente, sensibilización y capacitación dirigida al personal, huéspedes y proveedores; revisar el cumplimiento de dichas acciones y redefinir aquellas que no alcancen los resultados esperados; promover la participación del personal en las propuestas dirigidas a la disminución del impacto ambiental y establecer el carácter de opcional en las propuestas de prácticas ambientales que repercutan en los servicios ofrecidos al huésped.

Un ejemplo de la aplicación de estas acciones, es Jelú Eco Hostería, ubicado en el departamento de Luján de Cuyo – Provincia de Mendoza. Dicho establecimiento autosustentable, fue construido con materiales del lugar (piedras y troncos), cuenta con un sistema de reciclado de agua en el cual se reutilizan las aguas grises (aquellas empleadas para procesos de lavado de vajilla o para el baño de las personas) para el riego de los exteriores del establecimiento. A su vez se abastece de energías alternativas (solar y eólica).

Además dentro de la hostería se organizan programas para realizar senderismo o trekking, los que tienen de uno a tres días de duración contemplando distintas actividades al aire libre.



Vista exterior de la hostería

Fuente: www.jeluecohosteria.com



Interior de la hostería

Fuente: www.jeluecohosteria.com



7- Gestión de seguridad

La dirección debe: conocer y aplicar las normas legales vigentes en materia de seguridad, higiene y contingencias; contar con un plan de evacuación y emergencias; identificar y analizar las situaciones de riesgo para la seguridad y tomar medidas de prevención y protección; contar con un listado de contactos para la atención de casos de emergencias y registrar los objetos olvidados por los huéspedes en las habitaciones.

8- Mejora

a- Medición

- Generalidades: definir, medir y realizar el seguimiento de los indicadores de los procesos de la prestación de los servicios, y de las características del servicio para asegurar que se cumplan los requisitos del mismo; definir e implementar un sistema de medición de la satisfacción del cliente, medir el nivel de cumplimiento de los objetivos de la calidad, la seguridad y el ambiente.
- Auditorías internas: realizar auditorías internas periódicas, para determinar si el sistema de gestión está conforme a los requisitos de la norma; definir un procedimiento para la realización de las auditorías internas.
- Quejas y sugerencias: implementar un sistema para el tratamiento y respuesta de quejas o reclamos de los huéspedes que establezca medios y soportes que faciliten su presentación; implementar un sistema para el tratamiento de las sugerencias.

Especial importancia dentro de las normas IRAM, ocupa el proceso de mejora continua. Para ello se debe establecer un sistema que permita identificar, analizar y definir acciones que aseguren la mejora continua, el cual debe tener las fuentes de información que se mencionan a continuación: quejas, reclamos y sugerencias de los huéspedes, avisos de reparaciones, no conformidades detectadas, indicadores que haya establecido la organización, resultados de mediciones de la satisfacción del huésped y resultados de auditorías externas e internas.

- Acciones correctivas: se deben establecer acciones correctivas frente a no conformidades y desvíos relacionados con requisitos y analizar sus causas, documentando: el desvío o no conformidad, el responsable de establecer acciones correctivas, el resultado de la implementación de las mismas.

2. Legislación en Mendoza

2.1. Ley 5.349

La ley N° 5.349 de Fomento, Protección y Desarrollo de todo tipo de actividades turísticas en el territorio provincial, sancionada el 16 de noviembre de 1988, declara al turismo, industria de interés provincial, y prioritario para el estado. La misma aplica a todas las actividades turísticas o vinculadas directamente al turismo como así también a las personas que las desarrollen ya sea que reciban o presten servicios turísticos.

Dicha ley crea dentro del Ministerio de Economía a la Subsecretaría de Turismo como autoridad de aplicación; la que actualmente en la gestión del Gobernador Francisco Pérez fue elevada al rango de Ministerio de Turismo

Se establece dentro de los objetivos específicos de dicha área *“reglamentar por competencia propia o delegada, a las actividades relacionadas con el turismo, tales como: habilitación y clasificación de alojamientos, servicios de alimentación y de transporte afectados a la actividad turística...”*

Será obligatorio además, crear:

- Un sistema de datos turísticos actualizado y coordinado con los datos a nivel nacional y provincial.
- Tres direcciones que serán: de servicios turísticos, de promoción turística y de turismo básico y social.
- Un consejo asesor de municipalidades, como órgano consultivo y con funciones como: participar en la formulación de las políticas turísticas, asesorar y dictaminar en los planes de desarrollo turístico y su incidencia en el ámbito municipal.

- Un consejo asesor de la actividad privada, como órgano consultivo, conformado por miembros de la actividad privada y un representante del sector laboral, designados por el Poder Ejecutivo.
- El fondo de promoción turística, para dar cumplimiento a los fines y competencias asignadas a la Subsecretaría de Turismo. El mismo será administrado por la subsecretaría y la distribución de sus fondos se hará en un 75% para el desarrollo y promoción turística y el 25% restante para ser coparticipado con los municipios a fin de desarrollar la actividad turística de los mismos.
- Un Registro de Prestadores de Servicios Turísticos, en el cual deberán inscribirse las personas físicas o jurídicas alcanzadas por la presente ley. Se debe llevar un registro detallado de las infracciones cometidas, las cuales podrán sancionarse de la siguiente forma: 1) apercibimiento, 2) multa, 3) suspensión, 4) inhabilitación, 5) clausura, 6) revocatoria o caducidad de autorizaciones administrativas otorgadas.

2.2. Resolución 568/07

La resolución de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Mendoza, en primer lugar, deroga una resolución anterior que regulaba los servicios de alojamiento turístico y que por los cambios suscitados en los últimos años no contemplaba nuevas modalidades, características, clases y categorías de los servicios básicos de alojamiento o servicios complementarios.

Esta norma, tiene como impulsores, la dinámica en la oferta y la demanda que presenta el mercado turístico tanto nacional como internacional y con respecto a los servicios en general y los servicios de alojamiento. Sumado a la necesidad de la actualización de la regulación de los servicios de alojamiento turístico y también de una norma regulatoria que se corresponda con los avances de la industria; considerando que la correcta regulación es fundamental para la promoción turística de la provincia y una mejor fiscalización y control, a fin de dar protección a los usuarios.

En Título I, aparece el primer capítulo donde se dan las definiciones generales y específicas de alojamiento turístico; los tipos de habitaciones, baños, estadías, y demás servicios o condiciones que forman parte del uso de los establecimientos de alojamiento turístico; las categorías y

clases de alojamientos dentro de los cuales se hace un ordenamiento de acuerdo a los establecimientos categorizables y no categorizables, discriminados a continuación:

Alojamientos categorizables:

- Hotel: 1 a 5 estrellas.
- Petit hotel: 3 a 4 estrellas.
- Apart hotel: 1 a 4 estrellas.
- Motel: 1 a 3 estrellas.
- Hostería o posada: 1 a 3 estrellas.
- Cabañas: 1 a 4 estrellas.
- Camping o campamento: 1 a 2 estrellas.
- Refugio: 1 a 2 estrellas.

Alojamientos no categorizables:

- 1- Hospedaje.
- 2- Hospedaje rural.
- 3- Bed & breakfast.
- 4- *Hostel o albergue turístico.*

En lo siguiente la resolución describe las consideraciones y requisitos generales de los establecimientos categorizables y no categorizables, en lo que a esta investigación corresponde, se hará una breve descripción de los puntos contenidos respecto de la clase de alojamiento denominada “Hostel o albergue turístico”, a fin de aclarar y definir los puntos principales que deben atender los establecimientos a la hora de prestar sus servicios y en base a estos aspectos evaluar la situación actual y si existiere, la brecha que se da entre las disposiciones de la norma y la realidad en la ejecución de los requisitos exigidos.

Se considera hostel o albergue turístico a aquel establecimiento en el que se preste el servicio de alojamiento compartido con una capacidad mínima de veinte (20) plazas.

Las unidades habitacionales deben tener una superficie mínima de 8.40 metros cuadrados y podrán conformarse por:

- Habitaciones separadas por sexo hasta diez (10) plazas con camas singles o cuchetas y sanitarios generales.
- Habitaciones familiares de una (1) a seis (6) plazas con baño privado.

Además las habitaciones deberán estar equipadas como mínimo con: cama individual o cucheta, un armario o locker por cama instalada, mesa de luz o superficie de apoyo como mínimo cada dos plazas y una lámpara de noche o aplique de cabecera.

Los sanitarios comunes deberán encontrarse dentro del mismo edificio que los dormitorios. Un inodoro cada seis (6) camas instaladas o fracción superior a cuatro (4), una ducha cada seis (6) camas instaladas, un lavamanos cada seis (6) camas instaladas o fracción superior a cuatro (4) con su respectivo toallero y jabonera, un tomacorriente cada dos (2) lavamanos, cesto de residuos, repisa o estantes o percha de pared, ventilación y calefacción. También se detallan los materiales permitidos para la construcción de los baños, el revestimiento de techos y paredes.

Los baños privados: deberán contar con una superficie mínima de dos metros con cuarenta decímetros cuadrados (2,40 m²). Se detalla también que deben contar con: inodoro y soporte de papel higiénico, ducha con revestimiento impermeable, agua fría y caliente mezclables, jabonera, cortina de baño o puerta, lavamanos con agua fría y caliente mezclables, tomacorriente, cesto de residuos, botiquín o repisa con espejo iluminado y toallero y percha de pared. Deberán contar con ventilación y calefacción.

Tendrán que instalar un lugar destinado a la administración y recepción, que podrá estar integrada a la sala de estar.

Espacios comunes: deberá contar con espacio destinado a estar, en uno o más ambientes equipado con sillones.

Servicios: deberá contar con una cocina-comedor destinada al uso de los pasajeros, equipada con horno con una capacidad de sesenta (60) litros cada diez (10) personas, una hornilla cada seis (6) personas, disponibilidad de heladeras con un mínimo de doce (12) litros cada dos (2) plazas, pileta para el lavado de vajilla cada diez (10) plazas.

Debe tener un lavadero y espacio para secado de ropa, equipado con al menos un piletón o lavarropas, contando con uno (1) cada quince (15) plazas o fracción superior a siete (7).

Por último se debe mantener un servicio diario de limpieza y vigilancia en todo el establecimiento.

2.3. Ordenanza municipal de la Ciudad de Mendoza 3688/17390/07

En marzo de 2007 se dicta la ordenanza municipal 3688/17390/07 de la Ciudad de Mendoza, con motivo de disponer de una normativa municipal que reglamente lo establecido en las resoluciones dictadas por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia, en lo relativo a las nuevas modalidades de alojamiento, considerando que es necesario: regular las actividades de prestación de servicios turísticos como los hostels o bed & breakfast, dar el máximo de seguridad y garantía a las personas y a los propietarios que utilicen y exploten este tipo de alojamientos, atender a la falta de normativa municipal y provincial con respecto a las nuevas modalidades de prestación de servicios turísticos, motivado principalmente por los inconvenientes ocasionados por el funcionamiento de dichos establecimientos en el radio urbano. A los establecimientos que se encontraren funcionando, se les otorgaron 180 días corridos para adecuarse a la normativa.

El honorable concejo deliberante de la Ciudad de Mendoza, ordena por lo tanto:

- Se denomina hostel al inmueble existente de construcción reglamentaria, que cumplimente lo establecido en la presente, lo exigido en el Código Urbano y de Edificación de la Municipalidad de Mendoza y los requerimientos específicos, que para estas actividades, estipule el Ministerio de Turismo y/u organismo que lo reemplace.
- Todos los establecimientos deben llevar el Libro de Entrada y Salida del movimiento diario de huéspedes, indicando número de habitaciones ocupadas y sus plazas.
- En la recepción debe exhibirse el Certificado de Habilitación y la copia del plano de plantas del inmueble.
- Sólo podrán prestarse los servicios habilitados en los establecimientos y serán de “uso exclusivo” de los pasajeros hospedados, en ningún caso de terceros”. Los servicios turísticos

habilitados no permitirán actividades que genere conflictos con el vecindario o alteración del orden público, respetando las normas de convivencia del entorno.

- Los establecimientos podrán ser ampliados hasta un 20% de la superficie total, a fin de cumplir con los requisitos exigidos en la presente o para mejorar los servicios, pero en ningún caso para aumentar el número de plazas.

Para que un establecimiento pueda ser homologado como “hostel” la ordenanza exige:

- Cantidad mínima de plazas: doce (12).
- De las habitaciones:
 - a- Alojamiento colectivo: habitaciones de hasta seis (6) plazas con camas singles o cuquetas.
 - b- Habitaciones familiares: desde una (1) a cinco (5) plazas con baño privado.
 - c- Habitaciones con cama doble.
 - d- Equipamiento mínimo:

Cama individual o cuqueta (0,80 m x 1,90 m), cama doble (1,40m x 1,90m), con colchón, cubre-colchón, almohada y ropa de cama de reposición periódica, cada 72 horas o cambio de huésped. Las camas cuquetas deberán contar con barandas de seguridad y escalera.

Un placard o ropero o locker por cama instalada de no menos de 0,50 m de profundidad, 0,40 m de ancho y 0,90 m de altura, con cerraduras en buen estado cuya llave se entrega al pasajero al momento de alojarse.

Circulaciones: tanto entre las camas y/o cuquetas, las camas y los placards y las camas y el muro debe haber una separación mínima de 0,80 m. En cuanto entre la cuqueta y el cielorraso debe haber un mínimo de un metro.

- e- Escaleras: no podrá tener un ancho menor a 0,80 m, el número máximo de pasajeros depende del ancho de la escalera. Esto debe guiarse por los

siguientes parámetros: 0,80 m = 12 pasajeros, 0,90 m = 16 pasajeros, 1,00 m = 20 pasajeros, 1,10 m = 24 pasajeros, 1,20 m = más de 24 pasajeros.

- De los baños:

- a- Baños generales: deben estar en el mismo edificio y en el mismo piso del sector de alojamiento, contarán con agua fría y caliente las 24 horas del día y estarán diferenciados por sexo.

Equipamiento mínimo de los baños:

Un inodoro cada seis (6) camas instaladas, en gabinetes individuales de 0,90 m como mínimo, con puerta, cesto de basura y soporte de papel higiénico.

Una ducha cada seis (6) camas instaladas, en cabinas individuales de 0,90 m² de superficie mínima y 1,80 m² de altura mínima de las paredes o tabiques divisorios impermeables, deberán tener agua fría y caliente mezclables, jabonera, perchero, cortina de baño o puerta y ventilación.

Un lavabo cada seis (6) camas instaladas, con agua fría y caliente mezclables.

Un tomacorriente cada dos (2) lavabos.

Cesto de basura, botiquín o repisa con espejo iluminado.

Jabón y papel higiénico.

Ventilación acorde.

- b- Baños privados: la superficie mínima será de 2,40 m², con un lado mínimo de 1,20 m.

Equipamiento mínimo:

Inodoro y soporte de papel higiénico, ducha con revestimiento impermeable hasta 1,80 m de altura, agua fría y caliente mezclables, jabonera, cortina de baño o mampara, lavabo, con agua fría y caliente mezclables, un tomacorriente cesto de

basura, botiquín o repisa con espejo iluminado, jabón y papel higiénico y ventilación acorde.

- De los demás servicios:
 - a- Recepción perfectamente identificada de no menos de 9 m².
 - b- Entrada de pasajeros independiente de la de servicios.
 - c- Un salón de usos múltiples y/o desayunador-comedor de 1 m² por cama instalada.
 - d- Una cocina destinada al uso de los pasajeros equipada con cocina de cuatro (4) hornillas, un horno cada veinte (20) plazas, heladeras doce (12) litros por plaza, una pileta para el lavado de vajilla con agua mezclable cada diez (10) camas instaladas.
 - e- Un lavadero para ropa, independiente con piletones o lavarropas y espacio de secado de ropa. Contarán con un piletón o lavarropas cada veinte (20) plazas.
 - f- Un sector para vestuario y sanitario del personal.
 - g- Depósitos de ropa limpia y sucia por separado.
 - h- Depósito por lo menos de 6 m² para la guarda de elementos que porta el pasajero. Esta superficie aumenta 1 m² cada tres (3) plazas que se agreguen al mínimo de doce (12).
 - i- Botiquín de primeros auxilios.
 - j- Sistema de protección contra incendios.
 - k- Asegurar la obtención de agua caliente tras un (1) minuto de abrir la canilla.

Pueden prestarse servicios adicionales como: personal bilingüe, sala de lectura, servicio de desayuno y otras comidas, lavandería, piscina, jardín, entre otros.

De acuerdo al material normativo con el que se cuenta y relacionado a las observaciones directas realizadas durante la investigación, se puede concluir que ha sido de suma importancia la aplicación de una normativa reguladora de la tipología de hostels que hasta hace poco más de

una década era prácticamente desconocida para los empresarios del rubro de alojamiento en Mendoza.

Las regulaciones específicas se cumplen prácticamente en su totalidad, si bien existen diferencias de medidas de habitaciones y sanitarios en algunos casos, ya que la mayoría de los hostels son casas antiguas refaccionadas para convertirse en albergues, pero cuentan con la supervisión municipal correspondiente que los habilita para funcionar como alojamiento.

3. Cámara de Hostels de Mendoza

3.1. *Historia*

Desde principios de 2008, comienza a revelarse la necesidad de conformar una cámara de hostels y bed & breakfast de Mendoza. A partir de este período comenzaron a darse una serie de debates en reuniones periódicas que tuvieron como resultado una asociación organizada pero no institucionalizada, con funciones específicas a fin de desarrollar algunas actividades necesarias y otras urgentes requeridas por el sector. Luego de más de un año, el 30 de octubre de 2009, como resultado de la constancia en la acción de un grupo de actores del sector y la amplia participación de empresarios hosteleros y de bed & breakfast de Mendoza se logró reactivar la Cámara Argentina de Hostels Independientes (CAHI), contando con una masiva concurrencia a una asamblea ordinaria, con la presencia de 20 socios y representantes de la Dirección de Personas Jurídicas del Ministerio de Gobierno de la Provincia de Mendoza, en la que se votó la Comisión Directiva y se dieron los lineamientos generales de la Cámara.

En septiembre de 2012 se crea en la Ciudad de Mendoza la primera sede social de la cámara.

3.2. *Objetivos*

La CAHI da respuesta a una expansión del turismo joven tanto a nivel nacional como provincial que demanda espacios de participación institucional, con una organización plural y específica. Busca nuclear al mayor número posible de socios para tratar las ideas y necesidades en un marco democrático y dinámico que favorezca a los miembros individuales y a la comunidad de la cámara en su conjunto.

Los objetivos fundamentales de la cámara son los siguientes:

- Jerarquizar y promocionar los hostels y sus servicios turísticos.
- Promover la excelencia en los servicios prestados en los hostels.
- Gestionar la sanción de leyes, decretos y resoluciones que se refieran a aspectos relacionados con la problemática de los hostels y la actividad turística provincial.
- Tratar la problemática común a los hostels y gestionar soluciones.
- Participar del estudio de la problemática del turismo provincial y emitir opiniones sobre las propuestas de solución.
- Promover Mendoza como una importante plaza de hostels dentro del turismo receptivo nacional e internacional mediante la participación o gestión de ferias, congresos o exposiciones que estén relacionadas con la actividad turística.
- Promover la más estrecha colaboración entre los sectores que integran la actividad turística tanto privada como estatal.
- Promover espacios comunes de participación con otras entidades relacionadas o conexas con la actividad desarrollada por los hostels a nivel empresarial o turístico, sean privadas o estatales.
- Propender a la concertación de acuerdos sobre las prestaciones o cualquier tipo de servicio entre los hostels y las empresas proveedoras (gastronómicas, de limpieza, blanco) y operadores de turismo y/o relacionadas con el sector a los efectos de propender un mejor servicio al turista y a la vez solucionar costos.

3.3. Misión

La misión principal de la Cámara de Hostels es unir esfuerzos a través de los socios para elevar a la excelencia el servicio turístico que se presta a quienes visitan la Provincia de Mendoza, colaborando conjuntamente para mejorar la seguridad, higiene y confort de los huéspedes. Para

lograr esto la CAHI verifica que todos sus asociados cumplan con los requisitos y normas para asegurar una excelencia en la prestación de los servicios.

CAPITULO III: OFERTA DE HOSTEL

En el presente capítulo, se realiza un análisis de la oferta de hostels a nivel nacional y provincial, específicamente en la ciudad de Mendoza. En el mismo, se especificarán los aspectos cuantitativos y cualitativos que configuran este sector de la oferta de alojamiento turístico tipo hostel.

1. Distribución de la oferta de hostels en Argentina

A fin de analizar detalladamente la oferta de hostels en el país, se ha realizado un relevamiento en diferentes sitios web de centrales de reservas especializadas en esta tipología de alojamiento, a través del cual se ha determinado que actualmente existen más de seiscientos (600) hostels funcionando a nivel nacional.

A partir de este relevamiento, se determina que la provincia con mayor concentración de oferta de albergues juveniles es Buenos Aires (CABA y provincia) con doscientos catorce (214) establecimientos; seguido por Córdoba con sesenta y un (61) y en tercer lugar Mendoza con cincuenta y nueve (59) hostels en funcionamiento. Es importante destacar la preponderancia que tiene Buenos Aires en la cantidad de hostels con los que se configura la oferta nacional, ya que representa más del 30% de la totalidad en el país; esto se debe no solo a la cantidad de turistas que visitan esta provincia por sus atractivos, sino también porque es el principal acceso a la República Argentina de los usuarios de esta tipología de alojamiento.

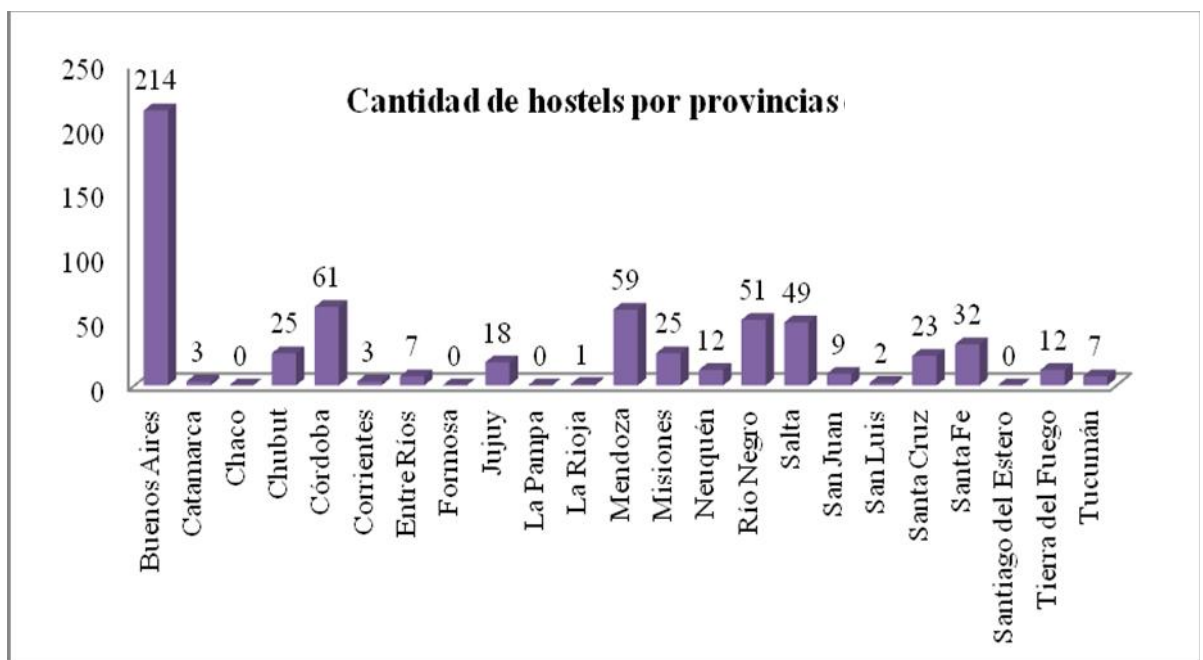
A su vez, se encuentran cuatro (4) provincias que no registran oferta de este tipo de alojamiento, las mismas son Chaco, Formosa, La Pampa y Santiago del Estero. Con respecto a estas provincias y de acuerdo a un análisis de las actividades turísticas que se realizan en las mismas, se puede determinar que se encuentran enfocadas a un sector de turismo diferente al turismo juvenil, que es al que apuntan los hostels. En el caso de Santiago del Estero es un destino estrechamente relacionado con el turismo de la salud en el cual los establecimientos hoteleros en su mayoría cuentan con instalaciones de aguas termales y atienden mayoritariamente a un segmento etario de más de 50 años, según puede observarse en la web de la Subsecretaría de turismo de dicha provincia. La Pampa, en los últimos años se ha puesto atención en el turismo rural y turismo de caza, por lo que muchas estancias han adaptado sus servicios para la creación de importantes conjuntos de fincas rústicas reunidas para realizar actividades de caza mayor; esto debido a la amplia geografía

pampeana, que posee grandes ambientes naturales, la fauna y flora que permiten el desarrollo del turismo alternativo. En el caso de Formosa y Chaco se están haciendo esfuerzos a fin de posicionarlos como plazas de ecoturismo (Conte, 2009).

En el siguiente cuadro se puede observar la totalidad de hostels, discriminados por provincias, los datos del presente y de los siguientes cuadros representativos de la oferta de hostels a nivel nacional han sido elaborados en diciembre de 2012, a partir de la información recabada en motores de búsqueda de hostels tales como: booking.com, hostelworld.com, hostelbookers.com, hostels.com y hostelmania.com.

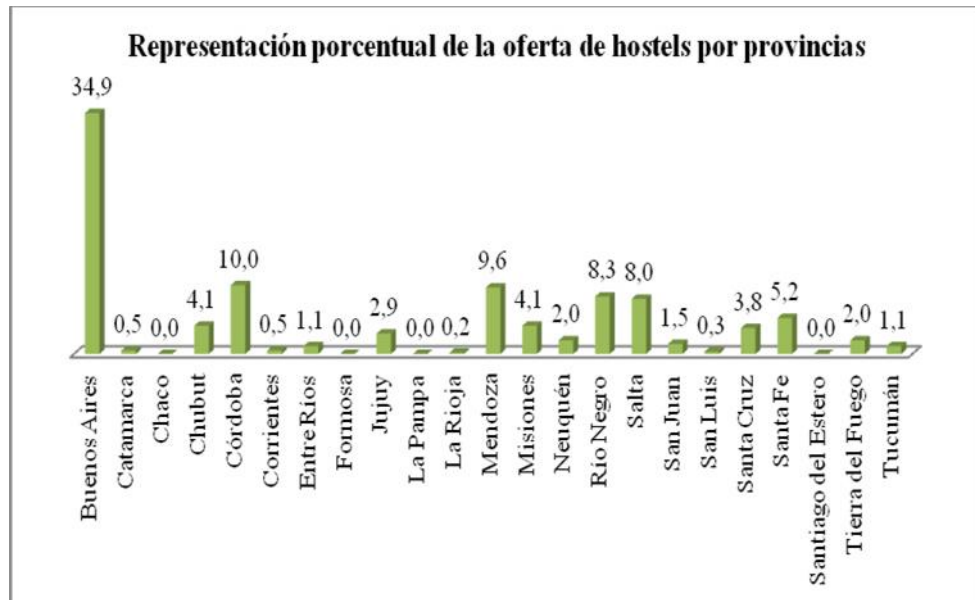
A continuación se presentan gráficos para representar la distribución de la oferta de hostels:

Diferenciado por provincias



Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.hostelbookers.com, www.hostelworld.com, www.hostelmania.com, www.hostels.com y www.booking.com

Representación porcentual de cada provincia con respecto a su oferta de hostels



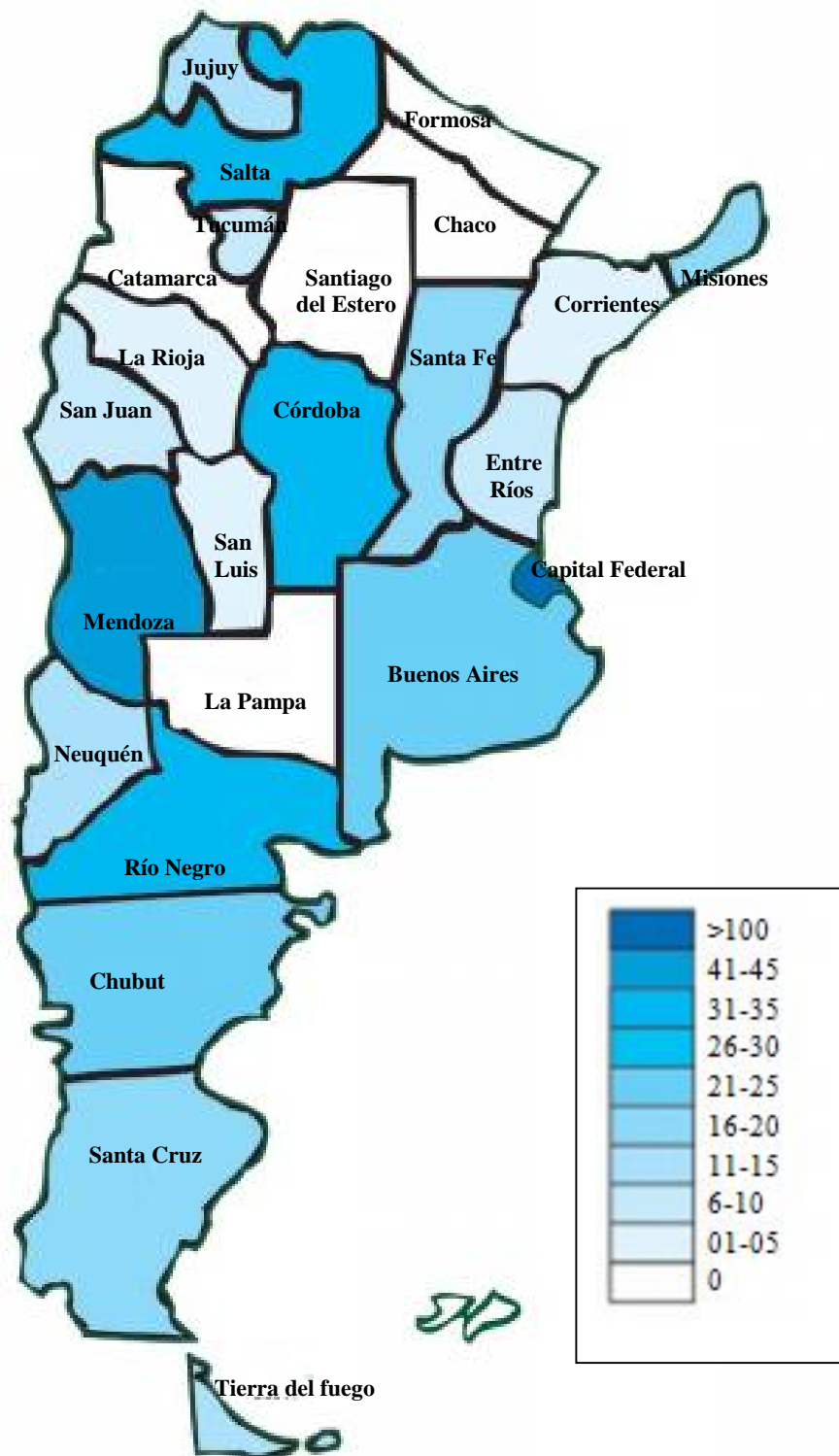
Fuente: elaboración propia según datos relevados www.hostelbookers.com, www.hostelworld.com, www.hostelmania.com, www.hostels.com y www.booking.com.

Las provincias con mayor representación en la oferta de hostels



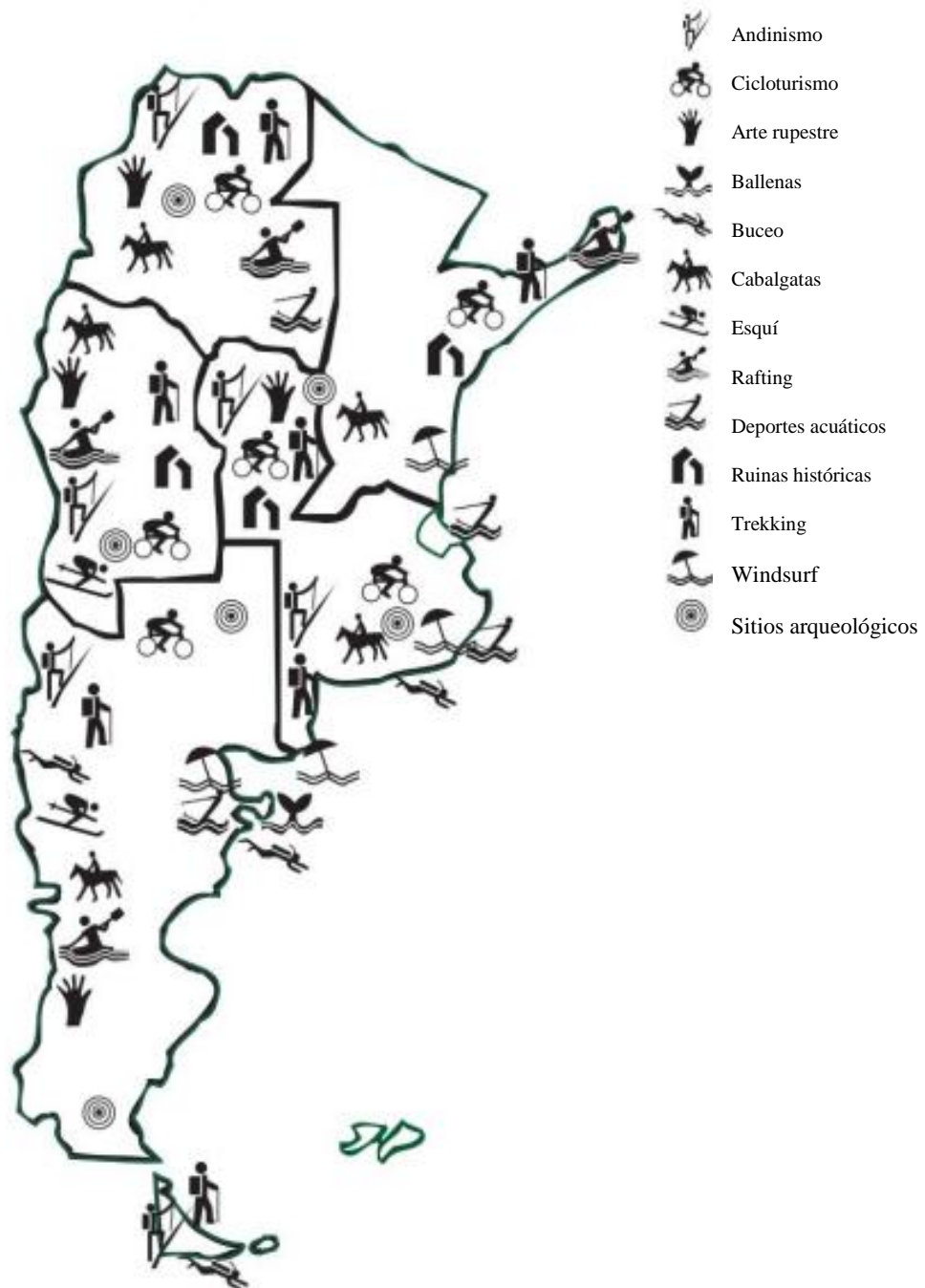
Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.hostelbookers.com, www.hostelworld.com, www.hostelmania.com, www.hostels.com y www.booking.com

Cantidad de hostels por provincia



Fuente: Conte, Virginia Gisele (2009) *Hostels en Argentina*. Monografía de Graduación.

Actividades recreativas por regiones



Fuente: Conte, Virginia Gisele (2009) *Hostels en Argentina*. Monografía de Graduación.

2. Aspectos cuantitativos de la oferta de albergues en Mendoza Capital

De acuerdo a los registros que lleva la Dirección de Planificación, Innovación y Prospectiva Turística, dependiente de la Secretaría de Turismo de la provincia, existen en la actualidad un total de 40 establecimientos tipo hostel en funcionamiento dentro de la Provincia de Mendoza, de las cuales derivan 969 plazas disponibles. A continuación se especifica dicha información en un cuadro representativo de cada departamento, sus establecimientos, cantidad de habitaciones y plazas.

<i>Oferta de Hostels de la provincia de Mendoza</i>			
Localidad	Cantidad de establecimientos	Cantidad de habitaciones	Cantidad de plazas
Capital	21	144	498
Godoy Cruz	4	21	76
General Alvear	0	0	0
Guaymallén	3	19	81
Junín	0	0	0
La Paz	0	0	0
Las Heras	3	17	75
Lavalle	0	0	0
Luján	1	2	10
Malargüe	4	19	63
Maipú	0	0	0
Rivadavia	0	0	0
San Carlos	0	0	0
San Martín	0	0	0
San Rafael	3	44	106
Santa Rosa	0	0	0
Tunuyán	1	20	60
Tupungato	0	0	0
TOTAL	40	286	969

Fuente: elaboración propia según datos relevados en planilla del Ministerio de Turismo – Subsecretaría de Desarrollo Turístico – Dirección de Planificación (Anexos).

Sin embargo, de la investigación realizada en los motores de búsqueda de internet, tales como: *hostelworld*, *hostelbookers*, *booking*, *hostels* y *hostelsmania*, se puede registrar la existencia real de 59 hostels en funcionamiento dentro de la Provincia de Mendoza, que conforman aproximadamente 1300 plazas y que se dividen de la siguiente manera:

<i>Oferta de Hostels de la provincia de Mendoza</i>	
Localidad	Cantidad de establecimientos
Capital	34
Godoy Cruz	3
General Alvear	1
Guaymallén	5
Junín	0
La Paz	0
Las Heras	3
Lavalle	0
Luján	1
Malargüe	2
Maipú	4
Rivadavia	0
San Carlos	0
San Martín	0
San Rafael	5
Santa Rosa	0
Tunuyán	1
Tupungato	0
TOTAL	59

Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.hostelbookers.com, www.hostelworld.com, www.hostelmania.com, www.hostels.com y www.booking.com.

Es notable en este aspecto, la deficiencia en la actualización de la información por parte de los centros de información turística oficiales, ya que cuentan con listados de alojamientos que, como se ha verificado, hacen mención a albergues que no se encuentran en funcionamiento en la

actualidad y por otro lado deja fuera de estos listados hostels que están habilitados y en actividad.

3. Aspectos cualitativos de la oferta de hostels en la Ciudad

Los hostels de la Ciudad de Mendoza ofrecen - con las diferencias de cada caso - servicios convencionales de hostel tales como: desayuno, wi-fi, ropa de cama, limpieza de las habitaciones, guarda equipaje, lockers, juegos de mesa, recepción 24 hs., calefacción - aire acondicionado, cocina equipada, lavandería, salas de estar, Tv cable, parrilla a leña, jardín, Tel DDI / DDN / FAX, información de la ciudad, mapas, servicio de emergencias, piscina, entre otros. Cabe aclarar que gran parte de los servicios ofrecidos, son también exigidos legalmente como se describió en el capítulo II.

Si bien, la mayoría de los hostels ofrecen los mismos servicios, algunos buscan la diferenciación a través de experiencias alternativas, tales como: degustación y cata de vinos en las salas comunes; tour gratuitos (city tour o excursión a bodegas), y propuestas de introducción a la cultura local, como charlas acerca de los pueblos originarios en Mendoza o enseñanza de la preparación del típico mate argentino.

En el capítulo V se realizará un análisis detallado de los componentes de la oferta de los establecimientos tipo hostel en Mendoza, a través del cual se pueden observar con mayor agudeza cada uno de los procesos que hacen al servicio de hostel.

CAPITULO IV: DEMANDA Y COMPETENCIA

El Capítulo IV está enfocado en el análisis y descripción de la demanda y la competencia que conforman el mercado de hostels tanto a nivel nacional como provincial; entendiendo que las mismas son variables de vital importancia para comprender el desarrollo y crecimiento de los hostels, que como se ha estudiado anteriormente, en los últimos años ha tenido una dinámica notable, respecto de las otras tipologías de alojamiento.

1. Demanda

a. Preferencias de la demanda a nivel nacional

En la actualidad y como históricamente ha sucedido en nuestro país, la ciudad de Buenos Aires es la puerta de entrada por excelencia de los turistas que ingresan a la Argentina; siendo también un punto turístico obligado. Es así, que la Provincia de Buenos Aires en su totalidad concentra el 34,9% de la oferta de hostels de todo el país y es el lugar donde los jóvenes turistas inician sus itinerarios para continuar conociendo los distintos destinos de la Argentina.

El turismo juvenil, es un segmento del turismo que ha tenido mayor crecimiento en los últimos años y el cual promete un desarrollo en el futuro, es importante destacar, que de acuerdo a encuestas realizadas en la provincia de Buenos Aires (CABA y Provincia), respecto de la tipología de alojamiento “hostel”, se registró que 2 de cada 5 turistas que ingresaron al país en el año 2004, tenían entre 15 y 30 años.

Dicha encuesta arroja, datos muy interesantes a la hora de hacer un análisis holístico de los turistas juveniles que comienza su viaje en Buenos Aires y después realiza visitas en distintas provincias y ciudades del resto del país.

De acuerdo a la encuesta, de los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Buenos Aires, el 33% proviene de Europa (España, Italia, Irlanda, Alemania, Reino Unido, Holanda, Francia y Países Escandinavos), el 19% de Estados Unidos, el 15% de Australia, el 13% de países latinoamericanos y el 12% de Asia (Israel y Japón predominantemente).

El lugar de arribo a la Argentina es por Buenos Aires (80%), por otras provincias como Salta, Entre Ríos, Jujuy y Río Negro (el 18%), y por Uruguay (2%). El principal medio de

arribo es el avión (73%), seguido por el bus (21%) y el medio fluvial en menor medida (6%).

El motivo de viaje por excelencia son vacaciones ya que casi el 97% de los turistas visitan el país por dicha razón. La estadía promedio en Buenos Aires es de 5,8 noches y en el interior del país de 13,6 noches.

Los turistas viajan en grupos de amigos (el 43%), solos (25%), en pareja/matrimonio (24%) y en familia con hijos (8%).

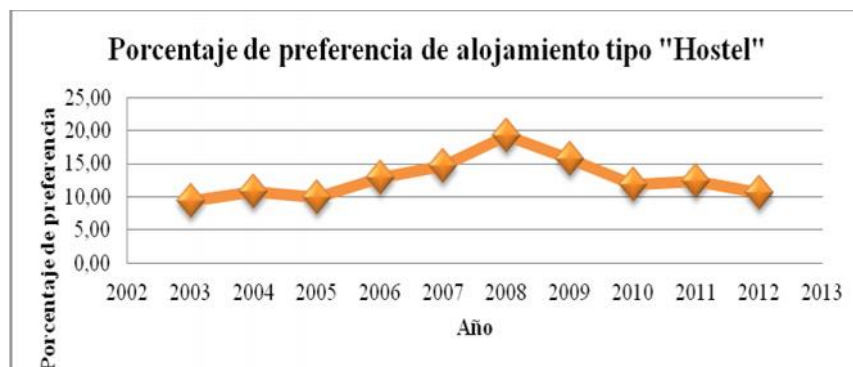
De los encuestados el 77% vino por primera vez, el 13% visita el país esporádicamente y el 10% viene una vez por año.

Los lugares más visitados son Buenos Aires, Patagonia, Cataratas del Iguazú, Norte argentino, Córdoba y Mendoza. En Buenos Aires realizan visitas y paseos culturales, vinculados al tango y asisten a espectáculos deportivos; en el interior predominan las actividades de deporte y vinculadas con la naturaleza.

b. Registros estadísticos de la demanda de hostels en Mendoza

En esta etapa del trabajo se utilizarán como fuente de información las Ondas de Caracterización del Turista que visita la Provincia de Mendoza, dichas ondas han sido realizadas por la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE), desde diciembre de 2002 hasta la actualidad, desde el año 2002 al 2005 se realizaban entre 6 y 7 ondas al año, a partir del año 2006 las encuestas se realizan todos los meses hasta septiembre de 2012.

De acuerdo a las Ondas DEIE, se puede ver un aumento en la preferencia de la tipología de alojamiento tipo hostel que comienza en el año 2002 y tiene su punto máximo en el año 2008, luego de este período de crecimiento, comienza un marcado descenso en la elección de este tipo de establecimiento, llegando en los últimos años a cifras que se mantienen constantes en líneas generales.



Fuente: elaboración propia según datos de Ondas DEIE desde diciembre de 2002 a septiembre de 2012.

De acuerdo a las muestras telefónicas que se realizan desde la Dirección de Planificación, Innovación y Prospectiva Turística, de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico, perteneciente al Ministerio de Turismo de la Provincia de Mendoza, los promedios de ocupación hotelera de hostels del gran Mendoza entre 2005 y 2011 son los siguientes:

Año	Promedio de ocupación de hostels
2005	60,49
2006	61,32
2007	62,62
2008	50,8
2009	49,7
2010	35,1
2011	58,2

Fuente: elaboración propia según datos relevados de planilla del Ministerio de Turismo – Subsecretaría de Desarrollo – Dirección de Planificación (Anexos)

c. Composición de la demanda

i. Por rango de edades

Si bien en los hostels no hay límite de edades, por las comodidades que estos ofrecen y la temática particular que tiene el concepto de hostel, el rango de edades de los turistas que visitan los hostels es en su mayoría entre 18 a 35 años.

ii. Por nacionalidades

La composición de la demanda de hostel de acuerdo a las nacionalidades establece que la mayor cantidad de turistas que visitan esta modalidad de alojamiento son principalmente:

europeos (Inglaterra, España, Italia, Francia y Alemania), estadounidenses, israelíes y en menor medida chilenos y argentinos.

iii. Por temporadas

Las temporadas en las que hay mayor ocupación son: verano (de diciembre a marzo) y en invierno (julio y agosto).

2. Competencia

a. Cantidad de hoteles y para-hoteles en Mendoza

De acuerdo a los registros del Ministerio de turismo de la provincia de Mendoza, existen en funcionamiento en el Gran Mendoza 93 establecimientos hoteleros (considerados Hoteles y Aparthoteles) y 128 establecimientos para-hoteleros (aquellos que no entran en las categorías de establecimientos “hoteleros”).

Tipología de alojamiento	Cantidad de alojamientos en el Gran Mendoza
Hoteles 5*	4
Hoteles 4*	6
Hoteles 3*	26
Hoteles 2*	14
Hoteles 1*	26
Aparthoteles 3*	6
Aparthoteles 2*	4
Aparthoteles 1*	7
Total de establecimientos Hoteleros	93

Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.

Tipología de alojamiento	Cantidad de alojamientos en el Gran Mendoza
Cabañas	12
Campings	14
Complejos turísticos	2
Hospedajes	36
Hospedajes rurales	15
Moteles	5
Hostels	41
Bed & Breakfast	3
Hosterías	0
Refugios	0
Total de establecimientos para-hoteleros	128

Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.turismo.mendoza.gov.ar.

b. Aspectos en los que compiten los hostels con otros tipos de alojamiento

El concepto de hostel es innovador y muy diferente del resto de los alojamientos turísticos que existen, el mismo está dirigido a un público muy específico, con necesidades y características especiales que lo distinguen; dentro de este mismo universo de hostels, pueden incluirse los bed & breakfast, que si bien comenzaron históricamente con un concepto que representaba algunas diferencias respecto del hostel, en la Ciudad de Mendoza se adaptaron aspectos del mismo a fin de generar una oferta con las mismas características del hostel, pero que pudiera ser una alternativa a nivel legislativo y municipal, ya que en los años en los que se empiezan a desarrollar los hostels, en algunas zonas de la Capital de la provincia (como la Quinta y Sexta Sección), no podían instalarse emprendimientos hoteleros de categorías menores a 3 estrellas.

Por todos estos motivos y especificaciones que hacen a la oferta de hostels un concepto distintivo, se puede identificar como competidores indirectos a los hoteles 1 y 2 estrellas, que por ubicación (en el radio del microcentro de la Ciudad de Mendoza) y por sus precios similares a los de los hostels, representan competencia para los alojamientos tipo hostel de la Ciudad de Mendoza.

Cabe destacar, respecto de las entrevistas realizadas, la deficiencia que presentan los representantes de los hostels de la Ciudad de Mendoza a la hora de encontrar las desventajas o aquellos aspectos en los que consideran que tienen falencias durante la prestación del servicio. Puede observarse en las respuestas de los mismos - que sólo un representante de siete - pudo dar indicios de desventajas respecto de la competencia; sería favorable trabajar en este aspecto a fin de plantear mejoras en base a las diferencias que se encuentren con el resto de los establecimientos.

c. Efectos de la legislación aplicada en los últimos años

En los últimos años los hostels de Mendoza han tenido una serie de exigencias legales que anteriormente no existían, como se pudo observar en el Capítulo II.

Los efectos de la legislación, han sido positivos, ya que ha permitido la regulación de las tipologías de alojamiento que por sus características no podían ser ubicados en las clasificaciones que tradicionalmente se utilizaban. Con respecto a los hostels, si bien la legislación logró igualar las condiciones y exigencias que se requerían en cada establecimiento, también encontraron (de acuerdo a las entrevistas realizadas a administradores de hostels de la Ciudad de Mendoza) algunos inconvenientes para adaptar sus servicios a lo que requiere la nueva reglamentación, ya que, exigían reformas estructurales y de mobiliario que significaba un desembolso de dinero no previsto.

CAPITULO V: COMERCIALIZACIÓN

En el presente capítulo se analizarán los principios básicos de la comercialización de servicios y la aplicación de los mismos en los prestadores del servicio de alojamiento tipo hostel en la Ciudad de Mendoza. Para esta tarea se han retomado las conceptualizaciones de Pablo Fernández y Héctor Bajac, y se orienta a determinar en qué medida los establecimientos de la capital de la provincia adoptan las recomendaciones de los expertos en la materia, para explotar al máximo los beneficios que puede generar una empresa de este rubro, mejorando la calidad de los servicios prestados y aumentando la satisfacción de los clientes.

1. Producto-Servicio

Se considerará “producto”, en esta investigación, tanto a los bienes como a los servicios. Lo que se busca a la hora de diseñar un servicio es lograr que el proceso y los resultados del mismo sean homogéneos y previsibles, generando de este modo que se ofrezca de manera consistente lo que el cliente desea, minimizando gastos en actividades que no aportan valor.

Es de suma importancia la satisfacción al cliente como punto central del proceso de mejora continua que refieren los manuales de las normas IRAM, mencionadas en el Capítulo II. De acuerdo a las encuestas realizadas, muchos de los hostels de la Ciudad de Mendoza debieron adaptar sus instalaciones para cumplir con las exigencias de los visitantes, aludiendo sobre todo la creación de habitaciones privadas con baño en suite.

Breve caracterización de los procesos

Como entrada al terreno o campo señalamos entre otras:

- Observaciones directas en visitas a hostels.
- Entrevistas con empleados y propietarios.
- Análisis documental: exploración de páginas web de cada uno de los hostels en funcionamiento dentro de la Provincia de Mendoza, haciendo foco en los establecimientos de la Ciudad de Mendoza.

En detalle los subprocesos que componen la actividad podrían definirse como:

1. Primer contacto: se realiza la consulta del cliente potencial, ésta puede ser a través de internet (correo electrónico o motores de búsqueda), por teléfono o personalmente en el establecimiento. Aquí se informan los servicios y tarifas ofrecidos.
2. Reserva: el resultado esperado luego de las consultas por internet o teléfono es la confirmación de la reserva a través de un depósito o seña. Se toman los datos personales del pasajero, las especificaciones de la reserva (fecha de entrada y salida, cantidad de pasajeros, pedidos especiales, medio de pago).
3. Check-in: una vez que el pasajero llega al establecimiento, se procede a registrar su ingreso, confirmando sus datos personales por medio del uso de un documento de identidad, se comunican los horarios de desayuno y check-out, las características básicas del uso de las instalaciones, actividades que pueden realizarse dentro y fuera del hostel.
4. Uso del servicio de cocina y/o restaurante: se hace uso de las instalaciones de la cocina, y en caso de contar con restaurante también pueden consumirse los productos de este sector.
5. Servicio de lavandería: se cuenta con un espacio de lavadero, donde los pasajeros pueden realizar la limpieza de sus prendas.
6. Limpieza: se realiza el aseo diario de las habitaciones y espacios comunes.
7. Mantenimiento: se ejecutan las reparaciones pertinentes de objetos o instalaciones averiadas y se realizan controles de los mismos.
8. Check-out: el pasajero abandona el establecimiento.
9. Encuesta de calidad: Se contacta al pasajero en el hostel o a través de internet, para conocer su opinión respecto de la experiencia vivida en el establecimiento.

De acuerdo a lo investigado, los hostels de la Ciudad de Mendoza, tienen bien definidos cada uno de los puntos que componen el proceso de la prestación de servicio, es decir, los

mismos se respetan en un nivel homogéneo en todos los establecimientos y de tipo estándar como cualquier alojamiento de otra tipología.

En su mayoría los empleados son capacitados cuando ingresan al establecimiento, pero en la continuidad de su trabajo, solo reciben información técnica por un período mínimo de tiempo concentrándose básicamente en el ingreso y sin perfeccionar su desempeño a lo largo de su desenvolvimiento en la empresa. Esta situación puede deberse a la falta de interés que tienen los empleados en su perfeccionamiento ya que de acuerdo a lo investigado, no prevén permanecer durante mucho tiempo en ese puesto de trabajo y también por la desmotivación de los propietarios a gestionar capacitaciones para sus empleados, con el objetivo de no aumentar los costos de la empresa.

a. “Servicenario” de los hostels de Mendoza

Se considera servicenario a todos los elementos tangibles que enmarcan la producción del servicio y que se encuentran a la vista de los clientes. El entorno donde ocurren los procesos mencionados anteriormente, tiene gran impacto tanto en los clientes como los empleados de los hostels, ya que *es uno de los pocos elementos del servicio que el cliente puede conocer antes de la compra y una de las pocas claves tangibles que conforman la imagen pública de la empresa* (Fernández, 2003). Dentro de los aspectos más importantes del servicenario se detectan:

1. Elementos visuales: predomina en este aspecto, el uso de los colores llamativos en los establecimientos, en general se emplean colores tales como: amarillo, rojo, verde, anaranjado y azul. Estos colores generan mayor atención, estados de ánimo más vibrantes y una imagen popular.
2. Elementos auditivos: la música crea una atmósfera determinada dentro del local, por lo general se utiliza música internacional, del estilo rock, pop, ska y de ritmos ágiles. El volumen de la misma tiene que permitir la conversación, pero a la vez ser adecuada para no pasar desapercibida y crear ambiente alegre, divertido y moderno.
3. Elementos aromáticos: en el 80% de los hostels visitados se utilizan perfumes de ambiente, a fin de transmitir la sensación de pulcritud.

4. Condiciones del ambiente: dentro de este aspecto, se incluye el mobiliario, que en general es rústico y colorido, sofás cómodos en las salas comunes, que a su vez son extensas a fin de crear un espacio para compartir con el resto de los huéspedes, la vestimenta del personal es en su mayoría informal, jeans y remeras (en algunos establecimientos tienen remeras del hostel como uniforme).

Con respecto al servicenario y de acuerdo a los hostels visitados (ya sea desde la página web de los mismos y las observaciones directas realizadas) se puede concluir que el estilo de los hostels de la Ciudad de Mendoza, siguen los mismos patrones de colores, mobiliario y distribución. En algunos se pueden visualizar decoraciones y muebles más austeros y en otros existe un mayor grado de diseño y planeamiento de los espacios; pero en líneas generales se repiten en los establecimientos las salas compartidas, con cómodos sillones, elementos de entretenimiento tales como televisor, DVD, play station, entre otros; también existen en un gran número de establecimientos: quinchos o salas con churrasqueras, que son valorados por los clientes como una ventaja respecto de los que no lo tienen.

b. Estándares de atención

Los estándares de atención *son los indicadores de cómo debe desarrollarse cada una de las tareas del proceso, especifican los movimientos a realizar, lo que debe decirse, el lenguaje corporal, los tiempos de cada tarea y otros detalles relevantes* (Fernández, 2003). Son a su vez, el elemento principal para reducir la heterogeneidad en la producción de servicios.

En la mayoría de los hostels, ya sean parte de Hostelling Internacional o independientes, se han establecido estándares de atención básicamente en el proceso de reservas, check in y check out; relacionados principalmente con los formatos de los correos electrónicos o formularios de internet, los saludos iniciales, los procesos de registro de pasajeros, de cobro de la estadía y servicios adicionales y saludo final.

Los estándares de atención, como puede verse, están concentrados en el área de recepción y las actividades que en ésta se desarrollan. Se recomendaría a este nivel, buscar la forma de estandarizar el resto de los procesos que se realizan durante la prestación del servicio, sin buscar estructurar la prestación, es decir, no hacer del proceso de asistencia, un sistema

rígido de pasos a cumplir, si no, encontrar pautas de trabajo que permitan homogeneizar las actividades, a fin de hacerlas más accesibles y así poder realizarlas con un mayor nivel de eficiencia.

c. Recursos humanos

La calidad del servicio brindado, depende de quienes lo lleven adelante, y no sólo del diseño de los procesos y estándares. Es importante por lo tanto, enfocar los esfuerzos en tres decisiones principales que afectan a los recursos humanos, estas son: la descripción de cargos (como se relaciona el puesto con el cliente interno y externo), la selección de personal (orientado a las actitudes que son difíciles de modificar) y el entrenamiento (formación de los empleados en áreas específicas y la cultura del servicio).

Los hostels en la Ciudad de Mendoza, de acuerdo a las observaciones realizadas, dejan en último lugar este aspecto, dentro de las organizaciones, el factor con menos desarrollo es el de los recursos humanos, ya que no existe un planteo formal de los puestos a ocupar y no se realizan entrenamientos exhaustivos respecto de lo que el servicio exige a sus empleados, olvidando buscar vocación de servicio en sus empleados, que es un factor clave para lograr el correcto desarrollo de las tareas.

Una vez realizadas las entrevistas en los hostels, se puede concluir que en su mayoría los empleados de hostels no tienen capacitación técnica respecto a actividades hoteleras. Considerando que los recursos humanos son citados por los representantes de los hostels como su mayor ventaja competitiva, es tal vez, una contradicción que éste sea uno de los factores más descuidados por los propietarios de los hostels. Esta desvalorización por el cuidado, la capacitación y sobretudo la satisfacción de los clientes internos de la organización, tienen como consecuencias altas rotaciones de personal, atención deficiente por parte de los empleados y heterogeneidad en la prestación de servicios.

Por otro lado, no se debe desconocer la filosofía del viajero de hostel, que busca ahorro, comprensión de la particularidad de sus necesidades y la independencia durante su estancia en los hostel, esto genera la necesidad de personal joven y que comparta dicha filosofía. Como el precio es fundamental y el recurso humano, tiene en Argentina, un alto impacto en los costos, la búsqueda de personal joven e inexperto puede responder a esto.

Se recomendaría en este caso a quienes tengan a cargo la gestión de estos establecimientos, la búsqueda de un equilibrio que permita la reducción de costos a fin de conservar precios accesibles para sus clientes; y a su vez, que ofrezca la posibilidad a sus empleados de obtener un trabajo estable en el que se encuentre satisfecho y desde el cual pueda capacitarse profesionalmente.

2. Distribución de los servicios

Canales electrónicos

Los mecanismos de distribución electrónica generales son aquellos que permiten multiplicidad de usos, que son familiares al consumidor, a los que normalmente se tiene fácil acceso y los que reparten sus costos entre todos sus usuarios.

En el caso de los hostels de la Ciudad de Mendoza, como a nivel mundial, los canales electrónicos con mayor desarrollo y utilidad son los motores de búsqueda entre los que se pueden mencionar:

- www.hostelworld.com
- www.hostelbookers.com
- www.booking.com
- www.hostels.com
- www.hostelmania.com

Dentro de estas páginas web, los clientes potenciales, pueden consultar alojamientos en innumerable cantidad de países y ciudades; con información que el establecimiento aporta y las opiniones de los huéspedes que ya han utilizado los servicios, teniendo la posibilidad de reservar habitaciones por un bajo costo, con un depósito mínimo por medio de tarjeta de crédito o débito.

Estos motores de búsqueda se han convertido en una herramienta primordial para los hostels de la provincia, ya que es una fuente de información gratuita y de fácil acceso, que permite obtener a las distintas empresas información de su competencia como niveles de precios, las opiniones de sus usuarios, sus falencias y sus fortalezas.

De acuerdo a lo investigado y observado en los hostels visitados, la ocupación de los establecimientos proviene en un 80% de los motores de búsqueda previamente mencionados, por lo tanto los canales electrónicos han tomado la prioridad en los esfuerzos administrativos de los alojamientos de esta tipología en la provincia, ya que su ocupación y su demanda potencial se central casi en su totalidad en los sitios virtuales.

En estos sitios, los clientes potenciales pueden conocer de forma rápida y sencilla la información básica de los hostels de una ciudad, estos datos incluyen la ubicación, la disponibilidad, el precio por noche, las comodidades y servicios que se ofrecen y además tienen acceso a los rankings de valoración, a los que le han otorgado a cada establecimiento sus respectivos pasajeros. Dentro de las evaluaciones del servicio se da puntuación a las siguientes características del hostel: ambiente, instalaciones, limpieza, staff, seguridad, ubicación y valor.

Se ha realizado una investigación respecto de las opiniones vertidas en el sitio web www.hostelworld.com, que se ha conformado en uno de los motores de búsqueda más populares, y que posee la calificación de más de 8.800 usuarios de hostel de la Ciudad de Mendoza en el término de un año. A partir de esta investigación se puede concluir lo siguiente:

Dentro de los 30 hostels que la página permite consultar, se analizan las opiniones de 8.863 usuarios de los distintos establecimientos ofrecidos, a continuación se presenta una tabla con los establecimientos que realizan su oferta en el sitio, la calificación otorgada por los usuarios y la cantidad de clientes participantes en la puntuación de cada hostel en los últimos 12 meses.

El porcentaje de satisfacción promedio de los hostels en la Ciudad de Mendoza, de acuerdo a las estadísticas obtenidas del motor de búsqueda www.hostelworld.com, es de 78,37%.

En la misma podremos observar que estas calificaciones varían entre un 66% y un 93% de satisfacción, el último porcentaje es el máximo obtenido en este caso, por Hostel Lao; por otra parte sólo dos hostels han obtenido una puntuación menor al 66% y es el caso de los Hostels Simplemente Mendoza y Plan B, los cuales poseen un 20% de satisfacción, representados en un total de 6 opiniones.

Calificaciones otorgadas a hostels de Mendoza en motor de búsqueda hostelworld.com

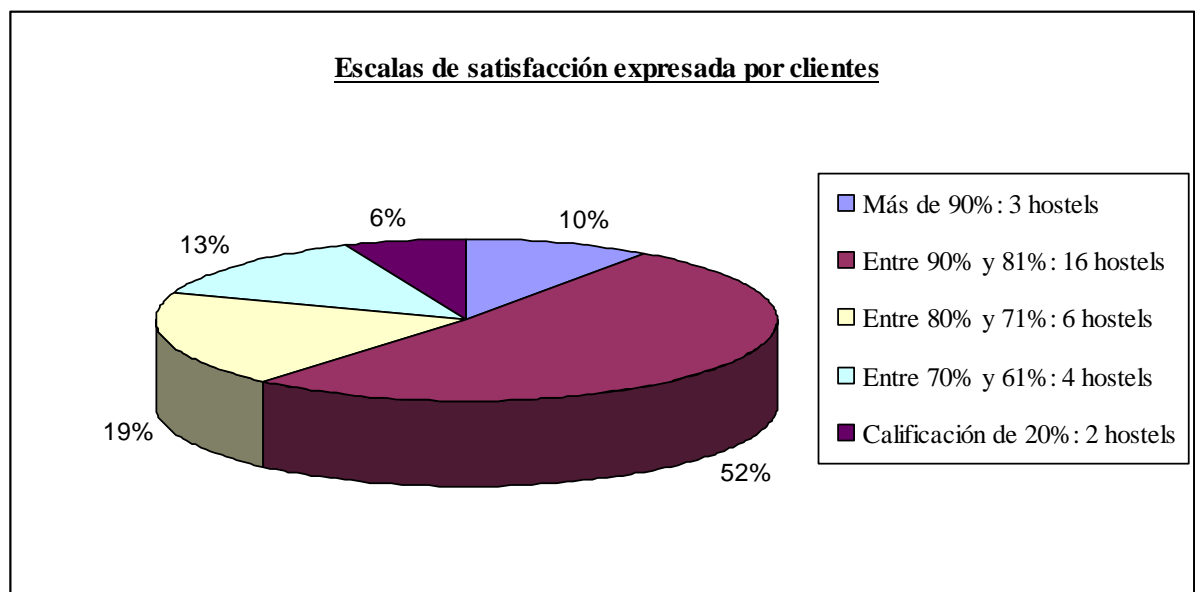
Hostels de Mendoza	Porcentaje de satisfacción	Cantidad de opiniones
Lao	93	1415
Mendoza lodging	91	124
Mora	91	233
Empedrado	90	726
Lagares	90	994
Chimbas	89	515
Savigliano	89	388
Campo base	88	492
Hostel suites	88	701
Álamo	86	395
Casa pueblo	86	97
Independencia	86	240
Internacional	86	601
La puerta	86	6
All in Mendoza Monkey	85	161
Mendoza inn	84	425
Damajuana	82	183
Zona sísmica	81	20
Confluencia	80	173
Carahue	79	60
Cuyum mapu	79	48
Itaka	78	130
Backpackers	76	588
Break point	76	19
Quinta rufino	70	3
Hostel estación	69	97
Punto urbano	67	10
Puertas del sol	66	13
Simplemente Mendoza	20	5
Plan b	20	1
Cantidad total de opiniones		8863

Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.hostelbookers.com, www.hostelworld.com, www.hostelmaniac.com, www.hostels.com y www.booking.com.

A fin de representar más detalladamente las opiniones, se presenta el siguiente gráfico con las puntuaciones de satisfacción de los usuarios de hostels, donde a través de rangos de calificaciones se pueden observar, en líneas generales, cuales son las puntuaciones más comunes entre los usuarios de hostels.

A partir de este gráfico podemos observar que sólo 3 hostels tienen calificaciones mayores a 90%, en este caso son Hostel Lao (93%), Mendoza Lodging y Hostel Mora (91% cada

uno); 16 hostels han obtenido puntuaciones entre 90% y 81%, los mismos se pueden discriminar de la siguiente manera: Empedrado y Lagares (90%), Chimbas y Savigliano (89%), Campo Base y Hostel Suites (88%), Álamo, Casa Pueblo, Independencia, Internacional y La Puerta (86%), All In Mendoza Monkey (85%), Mendoza Inn (84%), Dama Juana (82%), Zona Sísmica (81%); los hostels que poseen porcentajes entre 80% y 71% son 6 en total: Confluencia (80%), Carahue y Cuyum Mapu (79%), Itaka (78%), Backpackers y Break Point (76%); son 4 los hostels con satisfacción entre un 70% y 66% representados por: Quinta Rufino (70%), Hostel Estación (69%), Punto Urbano (67%) y Hostel Puertas Del Sol (66%), por último como ya se mencionó anteriormente los hostels Simplemente Mendoza y Plan B tienen valoraciones del 20%.

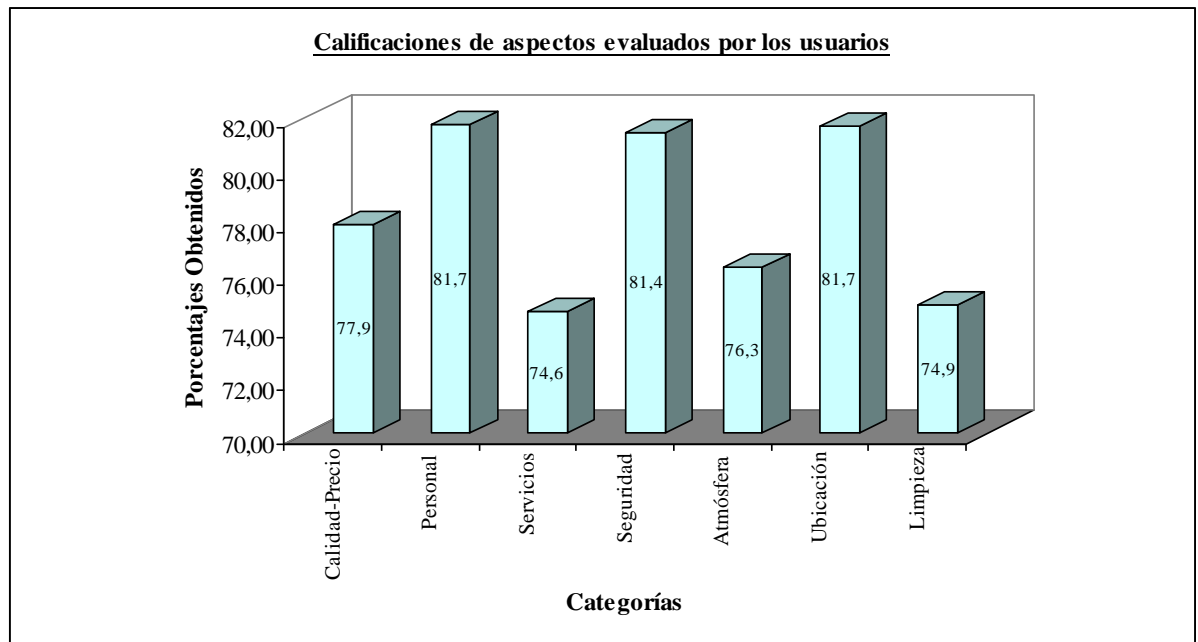


Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.hostelbookers.com, www.hostelworld.com, www.hostelmania.com, www.hostels.com y www.booking.com.

Debido a que las calificaciones de los establecimientos derivan de la sumatoria de siete aspectos (personal, limpieza, atmósfera, ubicación, seguridad, facilidades y la relación calidad – precio) sometidos a la evaluación de los usuarios, se desglosan los promedios de las calificaciones obtenidos en cada categoría analizada.

Se puede observar en el siguiente gráfico que los aspectos con mayor porcentaje de satisfacción son el personal, la ubicación y la seguridad; y aquellos que cuentan con mayores falencias son los servicios y facilidades que ofrece cada establecimiento y la limpieza.

Sería recomendable para los hostels de la Ciudad de Mendoza, que se realice un análisis de estos aspectos - que son los que tienen valoraciones más negativas por parte de los usuarios - y gestionar propuestas institucionales para mejorar estas debilidades, que están a la vista y pueden ser objeto de análisis y comparación con la simple acción de ingresar a una página web, como se ha hecho en este caso y buscar los recursos para llevar la satisfacción de los usuarios a los niveles máximos posibles.



Fuente: elaboración propia según datos relevados en www.hostelbookers.com, www.hostelworld.com, www.hostelmania.com, www.hostels.com y www.booking.com.

Cabe destacar también la importancia que ha tomado www.facebook.com como canal electrónico y sobre todo para facilitar el contacto con pasajeros que ya visitaron el hostel y aquellos que están interesados en hacerlo.

3. Fijación de precios

a. Técnicas de fijación de precios utilizadas

Generalmente las estrategias de fijación de precios utilizadas en servicios son similares a las que se aplican en los bienes. Las técnicas más populares en este sentido son tres y si bien las empresas realizan una combinación de dichas estrategias, siempre hay un método que tiene mayor preponderancia, los mismos son:

- *Basado en costos: se fijan los precios sumando los costos variables, una cuota de costos fijos y por último el beneficio deseado.*
- *Basado en la competencia: se fija el precio en función de los precios del mercado, que considera precio de referencia; por lo que la empresa elige un precio similar a la oferta alternativa y compite en otros aspectos.*
- *Basado en la demanda: los precios de los servicios se fijan en función de lo que los clientes están dispuestos a pagar por ellos, es decir, basándose en la percepción del valor del servicio.*

La investigación realizada en los hostels de la Ciudad de Mendoza, arroja que la totalidad de hostels analizados, realizan un mix de las estrategias anteriormente mencionadas con preponderancia de la estrategia basada en la competencia. En la actualidad, los clientes tienen acceso inmediato a través de internet a información que pueden consultar de forma gratuita por medio de los motores de búsqueda (analizados previamente) y en la cual pueden comparar las especificaciones de cada establecimiento, su nivel de aceptación por parte de los usuarios y sobre todo sus tarifas respecto de los servicios incluidos. Además desde la Cámara de Hostels, se realizan acuerdos para establecer parámetros de tarifas que deben respetar los establecimientos registrados en la misma y que obligan al resto de los hostels a adecuarse a estos precios.

También debe recordarse que la Resolución 568/07 de alojamientos turísticos obliga a homologar los precios máximos y a exhibirlos en la recepción.

4. Comunicación de los servicios

a. Alternativas de comunicación

La empresa puede utilizar diferentes medios para comunicarse con los consumidores, el recurso más popular en este caso son los *medios masivos*, aunque también puede realizarse: *marketing directo, publicidad y relaciones públicas, promociones de ventas, comunicación en el punto de ventas* y el que tiene mayor efectividad: *las referencias personales*.

En los hostels analizados, se ha detectado una planificación informal de las alternativas de comunicación. En todos los casos, no existe una estrategia de comunicación establecida o estudiada, si no que se maneja de acuerdo a las necesidades que surgen en el corto plazo. A continuación se describirán los medios que son utilizados por los hostels de la Ciudad de Mendoza.

b. Comunicación en el punto de ventas

Las comunicaciones en el lugar de ventas, tienen la ventaja de ser muy económicas y generan la inquietud en el momento en que el cliente se encuentra en el establecimiento, por lo cual habrá personal dispuesto a darle información y a intentar una venta.

Es notable en los hostels de la Ciudad de Mendoza, la gran cantidad de comunicación de este tipo, preponderando en las salas comunes y recepción el uso de pizarras, afiches, murales y folletos.

c. Promociones de ventas

Las empresas recurren a métodos como las promociones, ya que estos son más directos e inmediatos para influir en las elecciones de los usuarios.

Dentro de los tipos habituales de promociones, los que son utilizados por los hostels de la Ciudad de Mendoza son:

Precios reducidos en temporada baja y medias: considerada en los meses que van desde pasada la semana santa y hasta la primera semana de julio y temporadas medias desde mediados de agosto a diciembre, en estos periodos del año en los cuales la demanda es menor, los precios son disminuidos a fin de mantener una ocupación relativamente constante.

Paquetes turísticos: se combinan en este caso las excursiones con las noches de alojamiento, a fin de vender varios productos en un solo acto comercial, esto debe ser enmarcado en la Ley 18.829/70.

Es de suma importancia mencionar en este punto los Centros de Información Turística, basados en que los pasajeros que utilizan alojamientos de tipo hostel - en muchas ocasiones - no tienen planeado su viaje con total rigidez y pueden variar sus destinos,

situaciones en las cuales recurren a estos centros a fin de encontrar información útil para hallar alojamiento.

Actualmente en la Ciudad de Mendoza dependen del Ministerio de turismo tres de éstos centros ubicados en: el Ministerio de Turismo (San Martín 1143), Terminal de Ómnibus (Av. Acceso Este y Costanera) y en el Parque General San Martín (Av. Los Plátanos); y dependientes de la Municipalidad de Mendoza se cuenta con tres centros que se ubican en: Av. San Martín y Garibaldi, Av. Las Heras y Perú y en Calle 9 de Julio 500.

De acuerdo a una entrevista realizada en el Centro de Información Turística de Av. San Martín y Garibaldi (uno de los centros más visitados de la ciudad) se reciben en temporada alta alrededor de 2.000 turistas por mes y en temporada baja y media aproximadamente 900 turistas por mes. De estos visitantes, el 30% solicita información de alojamiento y entre un 35% y 40% hace consultas específicas de la tipología de hostels. En dichos centros se cuenta con listados de alojamientos que incluyen hoteles, Apart hoteles, departamentos en alquiler, hostels, bed & breakfast y hoteles boutique. Si bien, los informadores no recomiendan alojamientos específicos, cuentan con folletería de cada hostel en particular en un mostrador que se compone de publicidades que cada establecimiento gestiona en la Municipalidad de Mendoza para poder exhibir en los centros de información. Los usuarios de hostel son descriptos por el personal de los centros de información como personas de origen extranjero, sobre todo de Europa y Estados Unidos, jóvenes entre 20 y 40 años, que buscan alojamiento de bajo costo y de tipo desestructurado en la prestación de sus servicios (se mencionan pasajeros con mascotas, que viajan con bicicletas o adultos extranjeros que buscan un ambiente propicio para hacer amistades).

d. Referencias personales

Las referencias personales son aquellos comentarios que hacen los usuarios actuales a terceros en forma directa o a través de sitios web. En los hostel tiene gran importancia este tipo de comunicación, y los clientes actuales y potenciales tienen acceso a este tipo de información de una manera muy sencilla, ingresando a algunos de los motores de búsqueda previamente mencionados, o bien en www.tripadvisor.com (un sitio donde se puede consultar sobre hoteles, restaurantes, actividades y vacaciones con fotos, foro de

viajes y consejos de viaje, totalmente imparciales) y por ultimo también puede consultarse por facebook.

e. Servicios en internet

Existen tres grandes áreas de aplicación de los servicios en internet:

- Buy Side: es el uso de internet en todas las funciones referidas a compras y abastecimiento, así como al manejo y pago de facturas.
- Inside: se refiere a la utilización de internet para todos los procesos internos de la empresa como: comunicaciones, management del conocimiento, reclutamiento de personal e información general que podrá ser consultada por todo el personal de la empresa.
- Sell Side: comprende todas las funciones de contacto con los compradores de los bienes y servicios que la empresa ofrece. Información a los clientes, auto atención y elementos de e-commerce.

Con respecto a lo analizado en los hostels visitados, el 25 % de los mismos utiliza los servicios de tipo “buy side”, el 75% hace uso de los servicios “inside” y el 100% implementa el sistema sell side, tal como se ha mencionado en la descripción de canales electrónicos.

Existen además distintos niveles de uso de internet en los servicios que son:

Primer nivel: página institucional. El 100% de los hostels de la provincia cuenta con su página institucional.

Segundo nivel: Posibilidad de vender vía internet. En este caso también la totalidad de los hostels de la provincia tienen su establecimiento registrado en alguno de los motores de búsqueda mencionados anteriormente, o en su página institucional permitiendo hacer una reserva con depósito bancario o respaldo de una tarjeta de crédito o debito.

Tercer nivel: complementación, en este nivel el servicio se presta de una forma adicional, sin reemplazar a la original. Este aspecto no es aplicable a la prestación de servicios de alojamiento.

5. Medición de la satisfacción de los turistas

a. Tipos de medición e información utilizados

Las mediciones en algunas áreas de la empresa hacen que ciertos aspectos del desempeño se hagan visibles para los responsables y para el resto de la organización. La información obtenida permite observar las brechas que existen entre lo que los clientes esperan de la organización y lo que se les está brindando realmente.

En el caso de los hostels de la Ciudad de Mendoza, a la hora de medir la satisfacción de los turistas, la totalidad de los establecimientos visitados utiliza las encuestas de calidad que facilitan los motores de búsqueda tales como www.hostelworld.com, herramienta que ha sido analizada anteriormente en este capítulo, las mismas se aplican a través del envío de un correo electrónico en cual responden sobre siete aspectos del hostel (Ambiente, instalaciones, staff, limpieza, ubicación, seguridad y valor) y las encuestas que pueden responder personalmente en el hostel una vez que finaliza su estadía.

A su vez, el personal de hostels encuestado, coincide en que el porcentaje de respuesta de las encuestas varía entre un 70% y 80%.

Retomando la idea de obtener información para cuantificar la brecha que existe entre lo que el cliente espera de la organización y lo que está recibiendo en la realidad, se puede mencionar en base a la investigación realizada en los motores de búsqueda, el aspecto que considerado como el más representativo de este concepto, que es el porcentaje de satisfacción en la categoría de relación calidad-precio que tiene un promedio de calificación de 77,9%. Es decir, que es la tarea de los responsables de los albergues, buscar constantemente un aumento de este y los otros aspectos analizados para que paulatinamente logren calificaciones más cercanas al 100%.

6. De la planificación y otros aspectos

Luego de realizar entrevistas en diferentes establecimientos ubicados en la Ciudad de Mendoza, se puede estimar que el mercado del producto “hostel” se está encaminando a una etapa de madurez, en la cual el número de competidores comienza a estabilizarse, las ventas siguen aumentando pero no al mismo ritmo que en la etapa de crecimiento y donde se comienza a buscar nuevos segmentos de mercado para no perder competitividad.

A lo largo del trabajo se puede advertir que existen herramientas de fácil acceso y bajo costo, tales como los registros en planillas excel que lleva cada hostel o los motores de búsqueda, que permiten a los encargados de los establecimientos diagnosticar las falencias en la prestación de servicios y llevar registros de la evolución o involución de cada uno de los aspectos valorados por el cliente y orientar sus esfuerzos organizacionales a planificar sus acciones a futuro, de manera más formal basándose en datos reales de las opiniones de sus usuarios que son quienes en definitiva tienen la última palabra respecto del funcionamiento de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

Libros y trabajos de investigación

CONTE, Virginia Gisele (2009) *Hostels en Argentina*. Monografía de Graduación. Licenciatura en Turismo. Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata.

DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICAS E INVESTIGACIONES ECONÓMICAS DE MENDOZA (2006 a 2011) *Encuesta provincial de caracterización del turista*. Mendoza.

FERNANDEZ, Pablo y BAJAC, Héctor (2003) *La gestión del marketing de servicios*. Buenos Aires. Ediciones Granica S.A.

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto (1998) *Metodología de la Investigación*. Segunda edición. México. Mc Graw Hill.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. (1996) *Mercadotecnia*, México, Prentice - Hall, Hispanoamericana.

KOTLER, Philip. etc. al. (1994): *Mercadotecnia de localidades. Cómo atraer inversiones, industria y turismo a ciudades, regiones, estados y países*. México; Diana.

MIGUEZ, Daniel *El Emprendedor Profesional* ITBA, Centro de Emprendedores. EMPREAR.

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2010) *Anuario estadístico de Turismo*. Buenos Aires.

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN – DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADO Y ESTADÍSTICA (2010). *Indicadores del turismo años 2003-2010*. Buenos Aires.

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2010-2011). *Turismo interno todas las vías – Informe de avance*. Buenos Aires.

SCHIFFMAN, León y LAZAR KANUK. (1997) *Comportamiento del consumidor*, Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN. (1998) *Manual para guías de turismo aventura*. Buenos Aires.

SECRETARÍA DE TURISMO DE MENDOZA (2000) *Turplan I*. Mendoza.

SECRETARÍA DE TURISMO DE MENDOZA (2006) *Turplan II*. Mendoza.

SECRETARÍA DE TURISMO DE MENDOZA (2006) *Efectos del Turplan I*. Mendoza.

SECRETARÍA DE TURISMO DE MENDOZA (2010) *Turplan Edición Bicentenario*. Mendoza.

SECRETARÍA DE TURISMO DE MENDOZA (2010) *Anuario estadístico de Turismo*. Mendoza.

WALLINGRE, Noemí y TOYOS, Mónica (1998) *Diccionario de turismo, hotelería y transportes*. MPS. Buenos Aires.

WEIERS, Ronald. (1995) *Investigación de mercados*. Prentice Hall, México.

WILENSKY, A. (1997) *Marketing estratégico*. Fondo de Cultura Económica.

Fuentes electrónicas

AGENCIA NACIONAL DE NOTICIAS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (TÉLAM) (2012) *En 2011, el arribo de turistas a Sudamérica creció un 10%* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

BARROS, Claudio (2010) *Hostels y aventura quieren sumarse a la promoción* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

BALLS, Graciela (2010) *Mendoza abre el juego a nuevos turistas* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

CONTE, Sandra (2006) *Reglamentan los hostels y otros alojamientos; Capital estableció los requisitos que deben cumplir los hostels* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

DEL GIUSTI, Alfredo (2011) *El turismo tiene importante significado en nuestra economía* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.mdzol.com/> Consultado el 01/05/2012.

INTERNATIONAL YOUTH HOSTEL FEDERATION. *HI Historia y Filosofía: Expansión mundial de los albergues*. (En línea) Disponible en Word wide web: <http://hihostels.com/pdf/HistoriaFilosofia.pdf> Consultado el 04/06/2012.

GAFFURI, Nacho (2011) *Cinco claves para entender qué pasa con el turismo en Mendoza* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.mdzol.com/> Consultado el 01/05/2012.

GUERRERO, Francisco (2003) *Crearán una cámara local de hostels* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

HOSPITALIDAD Y NEGOCIOS (2013) *La ciudad celebra las dos nuevas leyes de alojamiento* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.ladevi.travel/web/e-magazine.php?id=1278> Consultado el 26/08/2013.

MONTANER MONTEJANO, Jordi; ANTICH CORGOS, Jordi y ARCARONS SIMON, Ramón (1998) *Diccionario de Turismo*. Editorial Síntesis. Madrid MORDCOVICH, Victoria (2003) *Hostels, estrellas del fin de semana largo* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

OJCIUS, Maggie (2012) *Aumenta la preferencia por vacacionar en hostels* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.mdzol.com/> Consultado el 01/05/2012.

SALA, Germán (2003) *La movida hotelera* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. PROGRAMA DE ESTUDIOS DE MERCADO Y ESTADÍSTICA TURÍSTICA SUBSECRETARIA DE TURISMO. (2004) *Informe Estadístico. Índice de ocupación en alojamientos turísticos alternativos* (en línea) Disponible en Word wide web:

http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/gestion_turismo/pdf/ocupacion_alojamientos_alternativos_04.pdf . Consultado el 09/12/2012.

TÉLAM (Agencia Nacional de Noticias de la República Argentina) (2012) *Menos turistas europeos y más sudamericanos* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/notas/2012/9/1/menos-turistas-europeos-sudamericanos-664426.asp> Consultado el 01/09/2012.

TÍTIRO, Miguel (2007) *Hostels, lodge y otros alojamientos serán categorizados por estrellas* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

URIBARRENA, Pedro (2009) *El futuro del turismo* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

USACH, Zulema (2004) *Los hostels ya trabajan al 100% y esperan una temporada récord* (en línea) Disponible en Word wide web: <http://www.losandes.com.ar/> Consultado el 09/04/2012.

VERA, Nora (2008) *Mundo hostel*. (en línea) Disponible en Word wide web: <http://edant.clarin.com/suplementos/viajes/2008/06/01/v-01684423.htm> Consultado el 04/06/2012

WORLD YOUTH, STUDENT AND EDUCATIONAL (WYSE) TRAVEL CONFEDERATION & UNTWO (2008) *Youth travel matters: Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel* (en línea) Disponible en world wide web: <http://www.untwo.org/media/news/en/features.net.php?id.idioma=E.ht55469> Consultado el 04/05/2012.

ANEXOS

Legislación comparada de hostels en el país

- Buenos Aires: Decreto N° 659/07 – Reglamento de Reclasificación y Recategorización de los Alojamientos Turísticos de la Provincia de Buenos Aires.
 - Capacidad mínima: veinte (20) plazas. Capacidad máxima: cien (100) plazas.
 - Habitaciones comunes: podrá estar conformado por habitaciones colectivas, separadas por sexo. Las habitaciones deberán estar equipadas con camas individuales o superpuestas.
 - Habitaciones privadas: podrá contar con habitaciones de una (1) a seis (6) plazas con baño privado.
 - Sanitarios comunes: deberán estar equipados con lavabo, inodoro y ducha, a razón de uno por cada seis (6) plazas existentes como mínimo.
 - Baños privados: deberán estar equipados con lavabo, inodoro, bidet y ducha (estos artefactos serán independientes y contarán con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables), tomacorriente y espejo iluminado.
 - Espacios comunes: deberá tener sala de estar – recepción, un salón desayunador – comedor.
 - Servicios: Cuando no se brinde servicio de comidas, deberá proveerse del espacio, instalaciones y utensilios para que los pasajeros se preparen sus alimentos. Deberá contar con un espacio cubierto o semicubierto para permitir a los pasajeros el lavado de sus prendas de ropa. Mantener el servicio diario de limpieza y vigilancia en la totalidad del establecimiento.
- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ordenanza N° 41.733 – Modificación de Ordenanza N° 36.136 Reglamentación de alojamientos Turísticos.
 - Capacidad mínima: 6 habitaciones y 12 plazas.
 - El porcentaje de las habitaciones triples y cuádruples, en su conjunto, no podrá exceder el 90 % del total.

- Los baños privados estarán equipados con: lavabo, bidet y ducha: los artefactos mencionados precedentemente, serán independientes y contarán con servicio permanente de agua caliente y fría, mezclable. Inodoro, botiquín o repisa con espejo iluminado, toallero y tomacorriente. Los baños compartidos estarán en relación de un baño cada ocho plazas debiendo tener el mismo equipamiento de los baños privados.
- Servicios: deberá contar con: recepción y portería con una superficie mínima de 5 m²; botiquín de primeros auxilios; las habitaciones deberán estar identificadas en la parte anterior de la puerta con un número cuyas primeras cifras correspondan al número del piso; n caso de tener el edificio más de tres plantas o estar ubicado en un edificio a más de dos pisos de altura, deberá existir en el mismo un ascensor con capacidad mínima para cuatro personas.
- El personal de servicio y atención al público deberá estar correctamente vestido guardando una línea de uniformidad (guardapolvo, casaca, etc.).
- Mendoza: Resolución N° 568/07 – Resolución de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Mendoza.
 - Capacidad mínima: veinte (20) plazas.
 - Habitaciones comunes: habitaciones separadas por sexo de hasta diez (10) plazas con camas singles o cuquetas y sanitarios generales.
 - Habitaciones privadas: habitaciones familiares de una (1) a seis (6) plazas con baño privado.
 - Sanitarios comunes: deberán encontrarse dentro del mismo edificio que los dormitorios. Un inodoro cada seis (6) camas instaladas o fracción superior a cuatro (4), una ducha cada seis (6) camas instaladas, un lavamanos cada seis (6) camas instaladas o fracción superior a cuatro (4). Contempla la calefacción de los mismos.

- Baños privados: deberán contar con una superficie mínima de dos metros con cuarenta decímetros cuadrados (2,40 m²). Detalla equipamiento y contempla calefacción.
 - Espacios comunes: deberá contar con espacio destinado a estar, en uno o más ambientes.
 - Servicios: deberá contar con una cocina-comedor destinada al uso de los pasajeros, debe tener un lavadero y espacio para secado de ropa. Mantener un servicio diario de limpieza y vigilancia en todo el establecimiento.
- Rio Negro: Decreto N° 657/03 – Sistema de Clasificación de Alojamientos Turísticos. Resolución 762/03 – Reglamentación del Sistema de Clasificación de Alojamientos Turísticos.
 - Capacidad máxima: sesenta (60) plazas.
 - Habitaciones comunes: se llama pabellón al ambiente destinado al alojamiento de personas en un mínimo de siete (7) y hasta un máximo de treinta (30).
 - Habitaciones privadas: ambiente destinado al alojamiento de hasta seis (6) personas.
 - Sanitarios comunes: debe tener disponibles no menos de un (1) lavabo o bachea, un (1) inodoro, una (1) ducha o bañera cada seis (6) camas instaladas.
 - Baños privados: conforman una sola unidad con la habitación, equipado como mínimo, con un (1) lavabo o bachea, un (1) inodoro, una (1) ducha o bañera.
 - Espacios comunes: los establecimientos dispondrán de espacios comunes, cuyas características edilicias cumplan con la normativa vigente (recepción y portería, salón de desayuno, comedor, cocina, lavadero, depósito general para uso del pasajero).
 - Servicios: los lavaderos y las cocinas serán destinados al uso de los pasajeros. Servicio de limpieza de habitaciones, al menos, una vez por día.

- Tucumán: Resolución N° 5153/3 – Ente Autárquico Tucumán Turístico. Reglamento de Nuevas Formas de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Tucumán.
 - Cantidad de plazas no establecida.
 - Dormitorios: se consideran aquellos locales destinados exclusivamente a esa actividad. Tendrán ventilación directa al exterior y estarán dotados de camas individuales o cuchetas.
 - Los baños podrán ser comunes. Deberán estar zonificados en tres sectores destinados a lavabos, inodoros/mingitorios/bidet y duchas, y separados por sexo. Lavabos en relación de uno (1) cada seis (6) plazas como mínimo. Receptáculo con duchas individuales en relación de uno (1) cada seis (6) plazas como mínimo. Inodoro en área femenina y masculina en relación de uno (1) cada seis (6) plazas como mínimo. Mingitorios uno (1) cada diez (10) plazas como mínimo.
 - Espacios comunes: contar con locales de uso común destinados a recepción y portería y sala de estar – comedor desayunador y cocina.
 - Servicios: contar con locales comunes destinados a la preparación de comidas y el lavado de ropa por parte de los huéspedes. Deberá proveerse de los utensilios de cocina y de la vajilla correspondiente. Poseer servicio telefónico. Contar con sistemas y/o elementos de calefacción ajustados a normas vigentes en la materia.

DOCUMENTOS NORMATIVOS PARA CONSULTA

NORMA

IRAM

ARGENTINA

3800*

Primera edición

98-12-18

**Sistemas de Gestión de Seguridad
y Salud Ocupacional**

Requisitos

Occupational health and safety
management systems

Requirements

Incluye Modificación N° 1 de abril de 2000.

Referencia Numérica:

IRAM 3800:1998

Prefacio

El Instituto Argentino de Normalización (IRAM) es una asociación civil sin fines de lucro cuyas finalidades específicas, en su carácter de Organismo Argentino de Normalización, son establecer normas técnicas, sin limitaciones en los ámbitos que abarquen, además de propender al conocimiento y la aplicación de la normalización como base de la calidad, promoviendo las actividades de certificación de productos y de sistemas de la calidad en las empresas para brindar seguridad al consumidor.

IRAM es el representante de la Argentina en la International Organization for Standardization (ISO), en la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) y en la Asociación MERCOSUR de Normalización (AMN).

Esta norma IRAM es el fruto del consenso técnico entre los diversos sectores involucrados, los que a través de sus representantes han intervenido en los Organismos de Estudio de Normas correspondientes.

Incluye Modificación N° 1 de abril de 2000.

Índice

	Página
0 INTRODUCCIÓN.....	5
0.1 DESARROLLO HISTÓRICO.....	5
0.2 PROYECCIÓN.....	5
0.3 COMO SE UTILIZA ESTA NORMA.....	6
1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN.....	7
2 NORMAS PARA CONSULTA.....	8
3 DEFINICIONES.....	8

4 REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD

OCUPACIONAL.....	9
ANEXO A (informativo)	18
ANEXO B (informativo).....	21
ANEXO C (informativo).....	22

Sistemas de Gestión de Seguridad **y Salud Ocupacional**

Requisitos

0 INTRODUCCIÓN

0.1 DESARROLLO HISTÓRICO

Debido al impacto mundial producido por la generalización del uso de las normas ISO de la Serie 9000, de Gestión de la Calidad y de la Serie 14 000, de Gestión Ambiental, y ante consultas que se formularon a ISO acerca de la posibilidad de que la Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional pudiera ser objeto de la normalización internacional, en el año 1996 esta Organización convocó a todos sus miembros a un Workshop para auscultar el consenso para desarrollar este tema.

En dicho Workshop, organizado en Ginebra en septiembre del año mencionado, participaron más de trescientos delegados, entre ellos seis representantes de Argentina, a través de IRAM.

En esa reunión no se logró aprobación a nivel mundial para que se desarrollaran normas internacionales ISO en este campo, por lo que la conclusión del Workshop fue "No, por el momento". No obstante se alentó a los países interesados en el tema a que avanzaran, a niveles nacionales, regionales o sub regionales desarrollando sus propias normas en este campo.

Por esa fecha, a nivel nacional europeo se encontraban disponibles la norma BS 8800 en el Reino Unido, tres normas experimentales UNE en España (a las que siguieron otros 3 proyectos), una propuesta sobre gestión integrada en Noruega, y a nivel regional, Australia y Nueva Zelanda se encontraban desarrollando una norma sobre Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional.

En estos documentos el enfoque es semejante y todos coinciden en mencionar la posibilidad de la efectiva integración de los Sistemas de Gestión de la Calidad, deL Medio Ambiente y de la Seguridad y Salud Ocupacional como camino hacia la eficiencia y la competitividad de las empresas.

Atentos a estos desarrollos, los diferentes sectores de nuestro país involucrados en el tema de la Seguridad Ocupacional, la Prevención de Accidentes y Enfermedades Profesionales y la Gestión de Riesgos consensuaron en IRAM el presente documento. El mismo es considerado por todos los actores intervinientes como una valiosa herramienta, tanto para ayudar a consolidar los logros a través de la aplicación de las Leyes y Reglamentaciones sobre el particular, como así también para fomentar y hacer más eficiente la gestión global de las empresas.

0.2 PROYECCIÓN

Las estadísticas oficiales relativas a accidentes y enfermedades del trabajo que se publican cada año no reflejan el dolor y el sufrimiento que cada evento trae a sus víctimas, sus familias, compañeros de trabajo y amigos. Además del costo humano, los accidentes y las enfermedades ocupacionales imponen costos financieros a los trabajadores, a los empleadores y a la sociedad en general.

Los estudios realizados en otros países indican que el costo global para los empleadores resultante de las lesiones del personal en accidentes de trabajo, las enfermedades ocupacionales y los accidentes evitables sin lesión son, estimativamente, el equivalente del 5% al 10% de las ganancias comerciales brutas de las empresas. Otro análisis mostró que, en las empresas estudiadas, los costos no asegurados

debido a pérdidas por accidentes eran entre ocho y treinta y seis veces mayores que el costo de las primas de seguro.

Existen por lo tanto, razones económicas bien fundadas para reducir los accidentes y enfermedades ocupacionales afines con el trabajo, como así también razones éticas y legales. Además de reducir costos, la Gestión efectiva de **Seguridad y Salud Ocupacional** (en adelante **SySO**) promueve la eficiencia de los negocios.

Existe ya un amplio marco legal para la seguridad y la salud ocupacional, el que requiere que las organizaciones implementen sus actividades de manera de anticipar y prevenir circunstancias que puedan resultar en lesiones o enfermedades ocupacionales. Esta norma intenta mejorar el desempeño en seguridad y salud de las organizaciones, proveyéndoles una guía de cómo la gestión de SYSO puede ser integrada con la gestión de otros aspectos del desempeño de negocios, para:

- Minimizar el riesgo a empleados y otros;
- Mejorar el desempeño de negocios; y
- Apoyar a las organizaciones a establecer una imagen responsable dentro del mercado.

Las organizaciones no operan en un vacío; entre los varios participantes que pueden tener un legítimo interés en un enfoque de la organización respecto de la SYSO se encuentran: empleados, usuarios, clientes, proveedores, la comunidad, accionistas, contratistas, aseguradoras, como así también las autoridades competentes. Estos intereses necesitan ser reconocidos. La importancia de la gestión de SySO ha sido resaltada en recientes informes oficiales de los principales accidentes y ha recibido un impulso creciente en la legislación internacional.

Un buen desempeño en seguridad y salud es **cero accidentes**". Las organizaciones deben dar la misma importancia al logro de altos niveles en la gestión de SySO como lo hacen con otros aspectos claves de sus actividades de negocios. Ello implica la adopción de un adecuado enfoque estructurado hacia la identificación, evaluación y control de los riesgos afines al trabajo.

Esta norma está dirigida a apoyar a las empresas a desarrollar un enfoque de la gestión de seguridad y salud, de manera de proteger a sus empleados y a terceros, cuya seguridad y salud pueda ser afectada por las actividades de la organización. Muchas de las características de una efectiva gestión de SySO son indistinguibles de las prácticas de gestión lógicas propuestas por los defensores de la excelencia en la calidad y en los negocios.

Esta norma comparte los principios comunes del sistema de gestión con la serie IRAMIACC-ISO E 9000 de "Gestión de la Calidad" y con las normas IRAM-ISO 14000 de "Gestión Ambiental", no siendo éstas un prerequisite para la operación de esta norma.

Esta norma es compatible con la norma IRAM ISO 14001, "Sistemas de Gestión Ambiental".

El presente documento se ha elaborado a partir del cuerpo principal de la norma británica BS 8800196 Guide to Occupational Health and Safety Management Systems, transformando su carácter de guía en un conjunto de requisitos, algunos de los cuales se han ampliado para una mejor integración con la norma IRAM-ISO 14001. Los anexos de la mencionada norma británica han servido de base para la norma IRAM 3801.

0.3 COMO SE UTILIZA ESTA NORMA

El cumplimiento con esta Norma IRAM no confiere por sí mismo inmunidad de obligaciones legales.

Esta norma IRAM establece los requisitos básicos para apoyar a las organizaciones a desarrollar los sistemas de gestión de Seguridad y Salud Ocupacional que aseguran el cumplimiento de las políticas y los objetivos de SySO. Estos lineamientos se basan en principios generales de buena gestión y están diseñados para hacer posible la integración de la gestión de SySO dentro de un sistema completo.

Se puede usar cualquier enfoque para integrar la gestión de SySO dentro del sistema de gestión general.

En esta norma IRAM se ha diseñado un enfoque detallado para aquellas organizaciones que desean basar sus sistemas de gestión de SySO en la norma IRAM-ISO 14001, la correspondiente a sistemas de gestión ambiental, y como tal identifica las áreas comunes de ambos sistemas.

Los requisitos cubiertos por esta norma son todos esenciales para un efectivo sistema de gestión de SySO. Los factores humanos, incluidos la cultura, las políticas, etc. dentro de las organizaciones pueden favorecer o impedir la efectividad de cualquier sistema de gestión y necesitan ser considerados muy cuidadosamente cuando se implementa esta norma.

Mediante la observancia de las etapas indicadas en la figura 1, las organizaciones estarán en condiciones de establecer procedimientos para fijar una política y objetivos de SySO, como así también establecer procedimientos para su implementación y para demostrar cumplimiento frente a los criterios con que han sido definidos.

En el anexo A se indican los enlaces entre esta norma y la norma IRAM-IACC-ISO E 9001 para asistir a aquellas organizaciones que operan o planean operar según dicha norma de Sistemas de la Calidad, e integrar la SySO dentro de su sistema de gestión actual o planeado. Además, se ha agregado la tabla A.2, que señala la relación y las amplias correspondencias técnicas entre este documento y las normas IRAM-IACC-ISO E 9001 e IRAM-ISO 14001.

La norma IRAM 3801 ofrece lineamientos guía sobre la **Estructura organizativa, Planificación e Implementación, Evaluación de Riesgos, Medición del Desempeño y Auditoría**, todos ellos necesarios para un efectivo sistema de gestión de SySO.

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) deben tener en cuenta que si bien los principios generales tratados en esta norma se aplican a toda organización, deberán ser selectivas con los aspectos que se aplican directamente a ellas. Las organizaciones pequeñas necesitan primero asegurar que cumplen con los requisitos legales y luego en el tiempo apuntar al mejoramiento continuo.

NOTA: Las listas provistas en esta norma no pretenden ser definitivas ni exhaustivas.

1 OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

1.1 Esta norma IRAM especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional y suministra los elementos básicos para:

- El desarrollo de sistemas de gestión de SySO.
- Los enlaces con otras normas de sistemas de gestión.

1.2 La norma está diseñada para ser usada por organizaciones de todos los tamaños e independientemente de la naturaleza de sus actividades; como tal, su interpretación debe ser proporcional a las circunstancias y necesidades de cada organización en particular.

1.3 Esta norma IRAM no establece por sí misma criterios de desempeño en SYSO, ni tampoco pretende dar una guía detallada en el diseño de sistemas generales de gestión.

1.4 Esta norma es aplicable a cualquier organización que opte por:

- a) establecer un sistema de gestión de SYSO para eliminar o minimizar riesgos al personal y otras partes interesadas que puedan verse expuestas a los riesgos de SYSO asociados con sus actividades;
- b) implementar, mantener y mejorar en forma continua un sistema de gestión de SYSO;
- c) asegurarse de su conformidad con su política de SYSO establecida;
- d) demostrar tal conformidad a terceros;
- e) solicitar la certificación / registro de su sistema de gestión de SYSO por una organización externa;
- f) realizar una autodeterminación y una autodeclaración de conformidad con esta norma.

2 NORMAS PARA CONSULTA

Los documentos normativos siguientes contienen disposiciones, las cuales, mediante su cita en el texto, se transforman en prescripciones válidas para la presente norma IRAM. Las ediciones indicadas eran las vigentes en el momento de su publicación. Todo documento es susceptible de ser revisado y las partes que realicen acuerdos basados en esta norma se deben esforzar para buscar la posibilidad de aplicar sus ediciones más recientes.

Los organismos internacionales de normalización y el IRAM, mantienen registros actualizados de sus normas.

IRAM 3801:1998 - Sistemas de gestión de seguridad y salud ocupacional. Guía de aplicación.

3 DEFINICIONES

Para el propósito de esta norma, se aplican las definiciones siguientes:

3.1 accidente: Evento (suceso o cadena de sucesos) no planeado, que ocasiona lesión, enfermedad, muerte, daño u otras pérdidas.

3.2 auditoría: Examen sistemático e independiente, con el fin de determinar si las actividades y los resultados relacionados satisfacen las disposiciones preestablecidas, y si estas disposiciones son implementadas en forma efectiva y son apropiadas para la instrumentación de la política enunciada y el logro de los *objetivos de SYSO* (ver 3.12) de la organización.

NOTA: El término "independiente" no necesariamente significa en este caso "externa a la organización".

3.3 enfermedad ocupacional: Enfermedad calificada como de haber sido causada o agravada por la actividad o el ambiente de trabajo de una persona.

3.4 evaluación del riesgo: Proceso global de estimar la magnitud del riesgo y decidir si éste es significativo o no lo es.

3.5 factores externos: Fuerzas fuera del control de la organización que inciden en los temas de seguridad y salud y que necesitan ser tomadas en cuenta dentro de un apropiado marco temporal, por ejemplo: leyes, decretos, resoluciones, disposiciones, normas industriales, convenios colectivos.

3.6 factores internos: Fuerzas dentro de la organización que pueden afectar positiva o negativamente su capacidad para llevar a cabo la política de seguridad y salud; por ejemplo: reorganización interna, cultura.

3.7 identificación del peligro: Proceso para el reconocimiento de la presencia de situaciones que generan peligro (ver 3.14), y la definición de sus características.

3.8 implementar: Poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc. para llevar algo a cabo.

3.9 incidente: Evento no planeado que tiene la potencialidad de conducir a un *accidente* (ver 3.1), no llegándose a producir daños a personas, bienes o instalaciones.

3.10 mejoramiento continuo: Proceso de mejora del sistema de gestión de SYSO para lograr progresos en el desempeño global de SYSO de acuerdo con la política de SYSO (ver 3.15) de la organización.

NOTA: No es necesario que dicho proceso se lleve a cabo en forma simultánea en todas las áreas de actividad.

3.11 meta: Requisito detallado de desempeño, en lo posible cuantificado, referido a las organizaciones, que surge de los *objetivos de seguridad y salud* (ver 3.12) y que necesita ser alcanzado para lograr dichos objetivos.

3.12 objetivos de SySO: Propósitos generales, en términos del desempeño de SySO, surgidos de su política de SySO, cuantificados cuando sea factible, que una organización se propone lograr.

3.13 organización: Compañía, corporación, firma, empresa, establecimiento, institución o asociación, o parte de éstas, pública o privada, que posee su propia estructura funcional y administrativa. Para organizaciones con más de una unidad operativa, cada unidad operativa puede ser definida como una organización.

3.14 peligro: Fuente o situación con potencial para producir daños en términos de lesión a personas, enfermedad ocupacional (ver 3.3), daños a la propiedad, al medio ambiente, o una combinación de éstos.

3.15 política de seguridad y salud ocupacional (SySO): Declaración realizada por la organización de sus intenciones y principios en relación con su desempeño de SYSO global, que provee un marco para la acción y para establecer sus objetivos y metas de SYSO.

3.16 revisión de la situación: Evaluación formal de sistema de gestión de SYSO.

3.17 riesgo: Combinación entre la probabilidad de que ocurra un determinado evento peligroso y la magnitud de sus consecuencias.

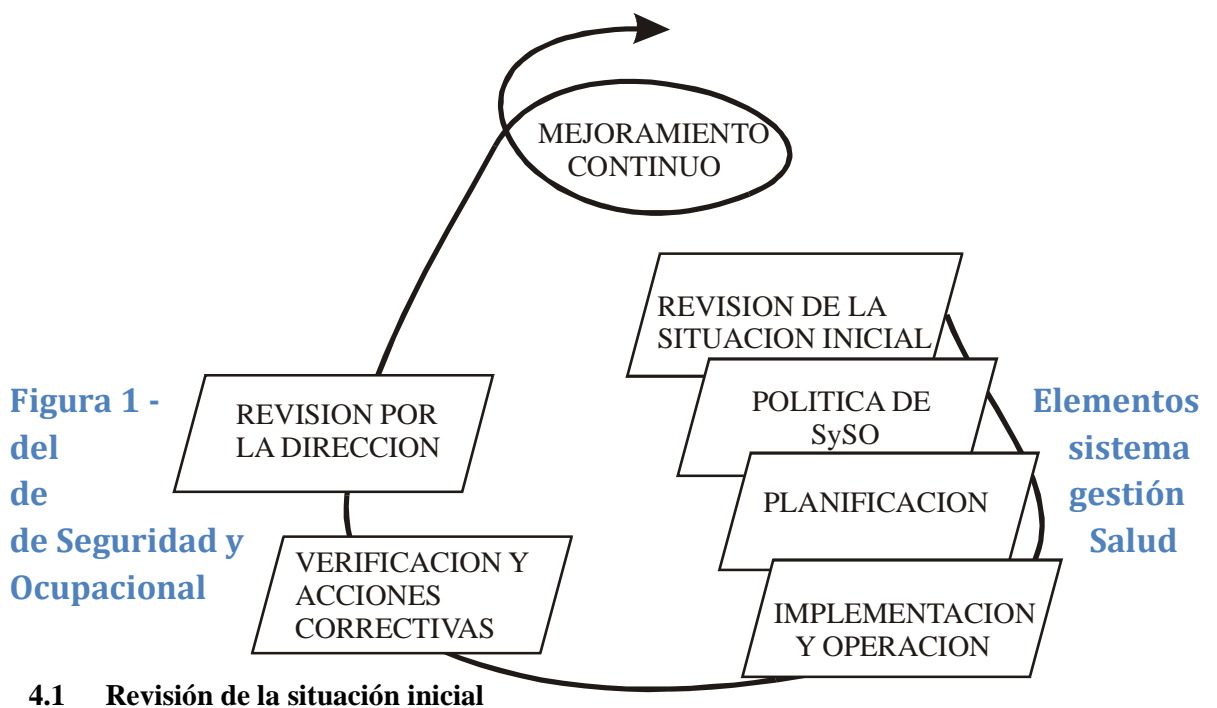
3.18 sistema de gestión: Conjunto, de cualquier nivel de complejidad, integrado por personas, recursos, políticas y procedimientos, cuyos componentes interactúan en forma organizada para lograr o mantener un resultado especificado.

3.19 vigilancia de la salud: Seguimiento del estado de la salud de las personas para detectar signos o síntomas de enfermedades ocupacionales (ver 3.3), a fin de que puedan ser tomadas las medidas necesarias para eliminar o reducir la probabilidad de que se generen daños ulteriores.

4 REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

4.0 Requisitos generales

Todos los elementos de la norma estarán incorporados dentro del sistema de gestión de SYSO, pero la manera y el alcance con que los elementos individuales sean aplicados dependerá de factores tales como el tamaño de la organización, la naturaleza de sus actividades, los peligros y las condiciones en las que opera.



La organización realizará una revisión inicial de sus condiciones y disposiciones existentes para la gestión de SySO.

NOTA 1: Esta revisión debería hacerse para obtener la información que influirá en las decisiones acerca del alcance, adecuabilidad e implementación del sistema en curso, como así también para proveer las líneas de base a partir de las cuales pueda medirse el desempeño. Las revisiones de la situación inicial deben responder a la pregunta: "¿Dónde estamos ahora?".

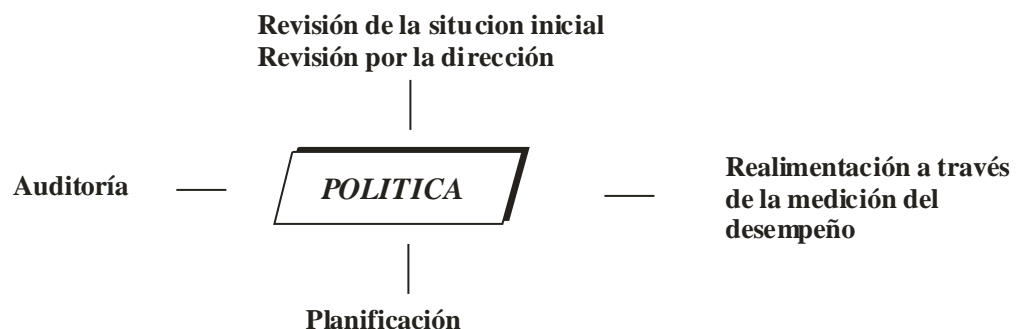
La revisión comparará las condiciones y disposiciones existentes en la organización con:

- a) los requisitos de la legislación vigente sobre SYSO;
- b) las guías existentes de gestión de SYSO disponibles dentro de la organización;
- c) la mejor práctica y desempeño en el sector de empleos de la organización y de otros sectores apropiados (Por ejemplo, tomados de comités consultivos de SYSO de la industria y guías de asociación de comercio).
- d) la eficiencia y la efectividad de los recursos existentes dedicados a la gestión de SYSO.

La información obtenida en la revisión de la situación inicial se empleará en el proceso de planificación.

NOTA 2: Un punto de partida útil sería revisar el sistema existente en comparación con esta norma. La norma IRAM 3800 proporciona información para ayudar a las organizaciones a asegurar la cobertura de las actividades claves.

4.2 Política de seguridad y salud ocupacional

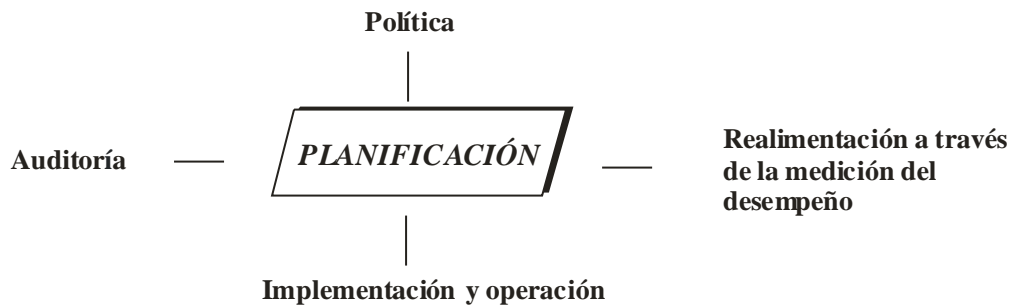


El nivel directivo más alto de la organización definirá, documentará, aprobará y respaldará su política de SYSO, asegurando que esta política sea apropiada para el tamaño de la organización, para la naturaleza y los riesgos de sus actividades, productos o servicios, que esté disponible para el público y que incluya un compromiso de:

- a) reconocer que la SySO es una parte integrante de su desempeño de negocios;
- b) lograr un alto nivel de desempeño de SySO, con el cumplimiento de los requisitos legales como mínimo y encaminado al mejoramiento continuo del desempeño;
- c) proveer recursos adecuados y apropiados para implementar la política;
- d) fijar los objetivos de SySO y publicarlos para el conocimiento de todo el personal;
- e) ubicar la gestión de SySO como una responsabilidad prioritaria en la línea gerencial, desde el ejecutivo de mayor jerarquía hasta el nivel del supervisor de primera línea;
- f) asegurar su comprensión, implementación y mantenimiento en todos los niveles de la organización.

NOTA: La política de SySO puede incluir, además, los puntos siguientes: involucrar y consultar al personal para aumentar su compromiso con la política y con su implementación; revisar el sistema de gestión, la política y auditar su cumplimiento, periódicamente; asegurar que los empleados de todos los niveles reciban la capacitación adecuada y que sean competentes para llevar a cabo sus obligaciones y responsabilidades.

4.3 Planificación



4.3.1 General

Es importante que el éxito o el fracaso de la actividad que se ha planeado puedan ser vistos con claridad. Para ello la organización identificará los requisitos de SYSO y establecerá un criterio de desempeño definiendo: qué es lo que se debe hacer, quién es el responsable, cuándo se va a hacer y cuál es el resultado esperado.

Si bien se reconoce que, en la práctica, las funciones de organización, de planificación y de implementación se han de superponer, se tendrán en cuenta, no obstante, los puntos clave siguientes (ver también norma IRAM 3801).

4.3.2 Evaluación de riesgos

La organización realizará la evaluación de los riesgos existentes (incluyendo la identificación de peligros) y establecerá y mantendrá un procedimiento para llevarla a cabo (ver norma IRAM 3801).

4.3.3 Requisitos legales y de otro tipo

La organización identificará los requisitos legales a ella aplicables, como así también cualquier otro requisito aplicable a la gestión de SYSO al cual esté suscripta.

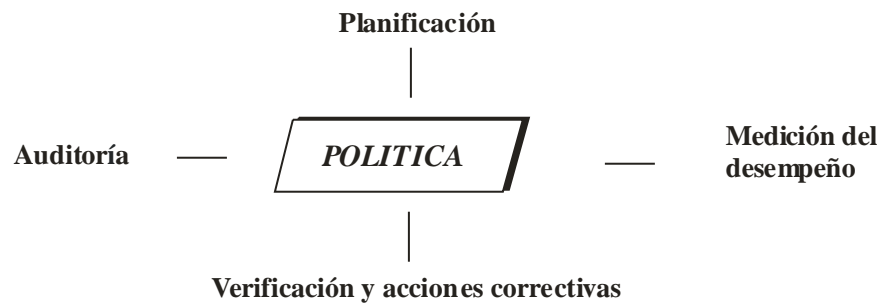
4.3.4 Disposiciones de gestión de Seguridad y Salud Ocupacional

La organización tomará las disposiciones necesarias para cubrir las áreas clave siguientes:

- objetivos y planes globales, incluyendo el personal y los recursos necesarios para que la organización cumpla su política;
- poseer o tener acceso a suficiente conocimiento de SYSO, habilidades y experiencia para administrar sus actividades en forma segura y en concordancia con los requisitos legales;
- planes operativos para implementar disposiciones de control de los riesgos identificados en 4.3.2 y para cumplir con los requisitos identificados en 4.3.3;

- d) planificación para las actividades de control operativo que se tratan en 4.4.6;
- e) planificación para la medición del desempeño, acciones correctivas y preventivas, auditorías y revisión de la gestión (ver 4.5.1, 4.5.2, 4.5.4. y 4.6)
- f) implementación de las acciones correctivas y preventivas que resulten necesarias.

4.4



4.4.1 Estructura y responsabilidad

La responsabilidad final por la seguridad y la salud ocupacional recae en el nivel más alto de la organización. Este nivel asignará a uno o más de sus miembros la responsabilidad específica de asegurar que el sistema de gestión de SySO sea implementado de manera adecuada y del cumplimiento de los requisitos en todos los lugares y esferas de operación dentro de la organización. En todos los niveles de la organización se definirán, documentarán y comunicarán roles, responsabilidades y autoridades, de modo de asegurar que las personas sean:

- a) responsables de la seguridad y la salud de aquellos a los que dirigen, de ellos mismos y de aquellos con los que trabajan;
- b) conscientes de su responsabilidad por la seguridad y la salud de las personas que puedan verse afectadas por las actividades que controla, ej.: contratistas y el público en general;
- c) conscientes de la influencia que puedan tener su acción o inacción en la efectividad del sistema de gestión de SySO.

NOTA: Sería aconsejable que el más alto nivel directivo de la organización demuestre con el ejemplo, su compromiso de mantenerse activamente involucrado en el mejoramiento continuo del desempeño de seguridad y salud ocupacional.

4.4.2 Capacitación, toma de conciencia y competencia

La organización tomará recaudos para identificar las competencias requeridas, en todos los niveles dentro de ella y organizará la capacitación necesaria, de modo de asegurar que todos los empleados sean competentes para cumplir con sus obligaciones y responsabilidades.

4.4.3 Comunicaciones

La organización establecerá y mantendrá:

- a) la efectiva y abierta comunicación de la información de SYSO;

- b) la provisión de asesoramiento y servicios de especialistas;
- c) la participación del personal y consulta con éste, para aumentar su compromiso con la política y con su implementación.

4.4.4 Documentación del sistema de gestión de SySO

La organización dispondrá de la suficiente documentación, adecuada a sus necesidades, para permitir que los planes de SYSO sean completamente implementados.

NOTA: La documentación es un elemento clave para permitir a una organización implementar un sistema de gestión de SYSO exitoso. Es también importante para reunir y conservar el conocimiento de la SYSO. Pero también es igualmente importante que la documentación sea mantenida al mínimo requerido para su efectividad y eficiencia.

4.4.5 Control de la documentación

La organización tomará las medidas necesarias para asegurar que los documentos estén actualizados y sean aplicables al propósito para el cual fueron concebidos.

4.4.6 Control operativo

Es importante que la SYSO, en su sentido más amplio, se encuentre totalmente integrada en todo el ámbito de la organización y dentro de todas sus actividades, cualquiera sea el tamaño o la naturaleza de su operación (o actividad) (ver norma IRAM 3801).

En la implementación de la política y de la gestión efectiva de SYSO, la organización asegurará que las actividades se realicen de manera segura y de acuerdo con las disposiciones definidas en 4.3.4, debiendo:

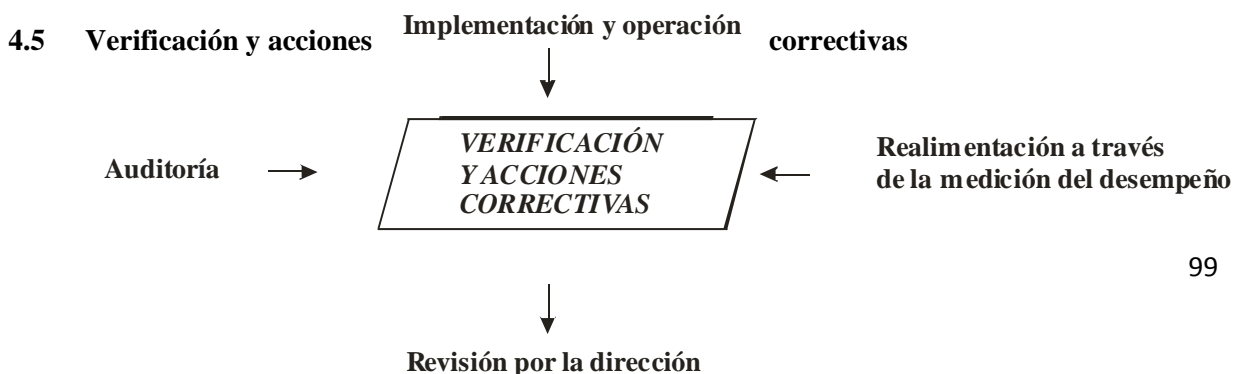
- a) definir la asignación de responsabilidades y niveles de dependencia en la estructura gerencial;
- b) asegurar que las personas tienen la autoridad necesaria para llevar a cabo sus responsabilidades;
- c) asignar los recursos adecuados conforme a su naturaleza y tamaño.

4.4.7 Preparación y respuestas ante emergencias

La organización establecerá y mantendrá procedimientos para identificar su potencial para enfrentar y responder ante accidentes y situaciones de emergencia previsibles y para anticipar y mitigar sus efectos y consecuencias.

La organización examinará y revisará, cuando sea necesario, sus planes de contingencia y de respuesta para enfrentar las emergencias previsibles, en particular luego de que se hayan producido accidentes o situaciones de emergencia.

La organización también probará periódicamente tales procedimientos, cuando ello sea factible.



4.5.1 Mediciones y seguimiento

La medición del desempeño es una actividad clave para obtener información sobre la efectividad del sistema de gestión de SySO.

Donde fuera apropiado la organización considerará tanto mediciones cualitativas como cuantitativas, adaptándolas a las necesidades de la misma (ver norma IRAM 3801).

La medición del desempeño es un medio para controlar la medida del cumplimiento de la política y de los objetivos, que incluirá:

- a) mediciones proactivas del desempeño que controlen el cumplimiento (por ejemplo mediante seguimiento e inspecciones) de las disposiciones de SySO de la organización (por ejemplo: sistemas seguros de trabajo, permisos de trabajo, etc.);
- b) mediciones reactivas del desempeño que controlen los accidentes, situaciones cercanas al incumplimiento, enfermedades, incidentes y demás evidencias históricas de un desempeño deficiente en SySO.

4.5.2 No conformidades, acciones correctivas y preventivas

La organización establecerá y mantendrá procedimientos para definir la responsabilidad y la autoridad en el manejo y la investigación de las no conformidades, tomando medidas para mitigar sus efectos y consecuencias, identificando sus causas fundamentales y aplicando acciones correctivas y preventivas.

Cualquier acción correctiva o preventiva tomada para eliminar las causas de las no conformidades será adecuada a la magnitud de las deficiencias y proporcional a los efectos y consecuencias.

La organización implementará y registrará, en los procedimientos documentados, todos los cambios que resulten de acciones correctivas y preventivas.

4.5.3 Registros

La organización mantendrá todos los registros necesarios para demostrar el cumplimiento con la legislación y demás requisitos, incluyendo los de esta norma.

4.5.4 Auditoria

Además del seguimiento de rutina del desempeño de SySO, la organización realizará auditorias periódicas que permitan una apreciación más profunda y más crítica de todos los elementos del sistema de gestión de SySO (incluidos en la figura 1).

Las auditorias serán conducidas por personas debidamente calificadas y con competencia reconocida por las normas vigentes. Estas personas serán independientes de la actividad que está siendo auditada, pudiendo, no obstante, pertenecer a la organización (ver norma IRAM 3801).

Las auditorias responderán a las preguntas siguientes:

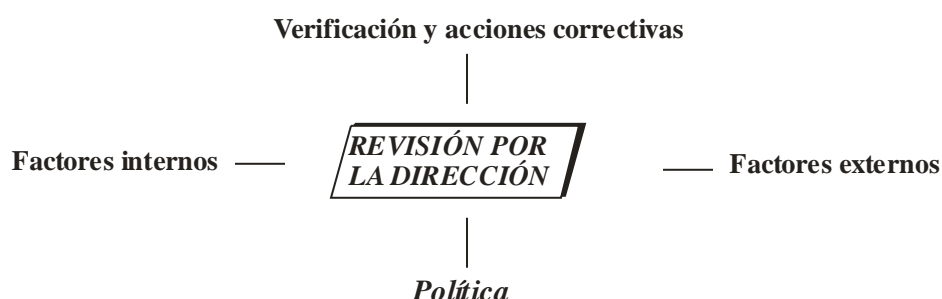
- a) ¿es el sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional global de la organización capaz de lograr los niveles requeridos del desempeño de SYSO?
- b) ¿está la organización cumpliendo todas sus obligaciones con respecto a SYSO?
- c) ¿se encuentra la organización haciendo y logrando lo que declara hacer?

NOTA: Si bien las auditorías necesitan ser detalladas, sus enfoques deben ser confeccionados a la medida de la organización y a la naturaleza de sus peligros.

Las auditorías pueden ser completas o encarar temas seleccionados acorde con las circunstancias. También las auditorías podrán responder a la pregunta: ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del sistema de gestión de SYSO?

El resultado de las auditorías será comunicado a todo el personal involucrado y se tomarán las acciones correctivas y preventivas que se requieran.

4.6 Revisión por la dirección



La organización definirá la frecuencia y el alcance de la revisión periódica del sistema de gestión de SYSO, de acuerdo con sus necesidades.

Estas revisiones considerarán:

- a) el desempeño global del sistema de gestión de SYSO;
- b) la política y los objetivos de SYSO;
- c) el desempeño de los elementos individuales del sistema;
- d) los hallazgos de las auditorías;
- e) factores internos y externos, tales como cambios en la estructura de la organización, legislación en trámite de aprobación, introducción de nueva tecnología, etc.

Se identificarán que acciones son necesarias para remediar cualquier deficiencia.

El sistema de gestión de SYSO se diseñará para acomodarse o adaptarse a factores internos y externos. La revisión por la Dirección provee también una oportunidad para tener una visión prospectiva. La información de (a) a (e) será usada por la organización para mejorar su enfoque proactivo, tendiente a minimizar riesgos y a mejorar el desempeño de los negocios.

Anexo A

(Informativo)

RELACIÓN CON LAS NORMAS IRAM-IACC-ISO E 9001 e IRAM-ISO 14001

Los principios básicos de gestión son comunes independientemente de la actividad respectiva, sea calidad, medio ambiente, seguridad y salud u otras actividades organizativas. Algunas organizaciones pueden considerar beneficioso contar con un sistema integral de gestión, mientras que otras pueden preferir adoptar sistemas diferentes basados en los mismos principios de gestión. La Tabla A.1 ilustra, en forma de matriz, la relación entre esta norma y la norma IRAM-IACC-ISO E 9001 para aquéllos que operen o planifiquen operar de acuerdo con la norma de sistemas de la calidad y deseen integrar la gestión de seguridad y salud ocupacional en su sistema general de gestión. La correspondencia se ilustra sólo a fines informativos.

Tabla A.1 Correspondencia con la norma IRAM-IACC-ISO E 9001: 1994

Párrafo de la norma IRAM-IACC-ISO E 9001		Párrafo en esta norma (IRAM 3800)									
		4	4.1	4.2	4.4.1	4.4.2	4.4.5	4.3	4.5	4.5.4	4.6
4.1	Responsabilidad de la Dirección	*	/	*	*	*					*
4.2	Sistema de la calidad	*	/			*	*	*			*
4.3	Revisión del contrato		/								*
4.4	Control del diseño		/					*			
4.5	Control de la documentación y de los datos		/				*				
4.6	Compras		/								
4.7	Control de productos suministr. Por el cliente		/					*			
4.8	Identificación y trazabilidad del producto		/					*			
4.9	Control de los procesos		/					*			
4.10	Inspección y ensayos		/						*		
4.11	Control de los equipos de inspección, medición y ensayo		/					*			
4.12	Estado de inspección y de ensayo							*			
4.13	Control de productos no conformes		/					*			
4.14	Acciones correctivas y preventivas		/					*	*		
4.15	Manipuleo, almacenamiento, embalaje, conservación y entrega		/					*			
4.16	Control de los registros de la calidad		/						*		
4.17	Auditorías internas de la calidad		/							*	
4.18	Capacitación		/	*							
4.19	Servicio posventa		/					*			
4.20	Técnicas estadísticas		/						*		

**Tabla A.2 Correspondencia entre las normas IRAM-IACC-ISO E 9001,
IRAM-ISO 14001 e IRAM 3800**

IRAM-IACC-ISO E 9001:1994		IRAM ISO 14001:1996		IRAM 3800	
Responsabilidad de la Dirección					
Política de la calidad	4.1.1	Política ambiental	4.2	Política de SYSO	4.2
	-	Aspectos ambientales	4.3.1		
	-	Requisitos legales y de otro tipo	4.3.2	Requisitos legales y de otro tipo	4.3.3
	-	Objetivos y metas	4.3.3		
Organización	-	Programas de gestión ambiental	4.3.4	Disposiciones de gestión de SYSO	4.3.4
	4.1.2	Estructura y responsabilidad	4.4.1	Estructura y responsabilidad	4.4.1
Revisión por la dirección	4.1.3	Revisión por la dirección	4.6	Revisión por la Dirección	4.6
Sistema de la calidad					
Generalidades	4.2.1	Requisitos generales	4.1		
		Documentación del sistema de gestión ambiental	4.4.4	Documentación del sistema de gestión de SYSO	4.4.4
Procedimientos del sistema de la calidad	4.2.2	Control operativo	4.4.6	Control operativo	4.4.6
Planificación de la calidad	4.2.3		-		
Revisión del contrato	4.3	Control operativo	4.4.6	Control operativo	4.4.6
Control del diseño	4.4	Control operativo	4.4.6	Control operativo	4.4.6
Control de la documentación y de los datos	4.5	Control de la documentación	4.4.5	Control de la documentación	4.4.5
Compras	4.6	Control operativo	4.4.6	Control operativo	4.4.6
Control de productos suministrados por el cliente	4.7	Control operativo	4.4.6	Control operativo	4.4.6
Identificación y trazabilidad del producto	4.8		-		
Control de los procesos	4.9	Control operativo	4.4.6	Control operativo	4.4.6
Inspección y ensayos	4.10	Medicionesyseguimiento	4.5.1	Medicionesyseguimiento	4.5.1
Control de los equipos de inspección, medición y ensayo	4.11	Medicionesyseguimiento	4.5.2	Medicionesyseguimiento	4.5.2
Estado de inspección y de ensayo	4.12		-		
Control de producto no conforme	4.13	No conformidades, acciones correctivas y preventivas	4.5.2	No conformidades, acciones correctivas y preventivas	4.5.2
Acciones correctivas y preventivas	4.14	No conformidades, acciones correctivas y preventivas	4.5.2	No conformidades, acciones correctivas y preventivas	4.5.2
-	-	Preparación y respuestas ante emergencias	4.4.7	Preparación y respuestas ante emergencias	4.4.7
Manipuleo, almacenamiento, embalaje, conservación y entrega	4.15	Control operativo	4.4.6	Control operativo	4.4.6
Control de los registros de la calidad	4.16	Registros	4.5.3	Registros	4.5.3
Auditorías internas de la calidad	4.17	Auditorías de; sistema de gestión ambiental	4.5.4	Auditoría	4.5.4
Capacitación	4.18	Capacitación, toma de conciencia y competencia	4.4.2	Capacitación, toma de conciencia y competencia	4.4.2
Servicio posventa	4.19	Control operativo	4.4.6		
Técnicas estadísticas	4.20		-		
Comunicaciones	4.4.3				

Anexo B

(Informativo)

BIBLIOGRAFÍA

En el estudio de esta norma se han tenido en cuenta los antecedentes siguientes:

BSI - BRITISH STANDARDS INSTITUTION

BS 8800:1996 Guide to occupational health and safety management systems.

IRAM - INSTITUTO ARGENTINO DE NORMALIZACIÓN

IRAM-ISO 14001:1996 Sistemas de gestión ambiental. Especificaciones y directivas para su uso.

Iso - INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION

DRAFT ISO/IEC GUIDE 51 (March 1998) Safety aspects - Guidelines for their inclusion in standards

AENOR - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN

UNE 81900 EX; 1996 Prevención de riesgos laborales. Reglas generales para la implantación de un sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales (S.G.P.R.L.)

UNE 81901 EX; 1996 Prevención de riesgos laborales. Reglas generales para la implantación de un sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales (S.G.P.R.L.) Proceso de auditoría.

UNE 81902 EX; 1996 Prevención de riesgos laborales. Vocabulario.

SAA - STANDARDS ASSOCIATION OF AUSTRALIA

SNZ - STANDARDS NEW ZELAND

DR 9631 1; 1 996 Occupational health and safety management systems - General guidelines on principles, systems and supporting techniques.

NSF - NORWEGIAN STANDARDS ASSOCIATION

NORWEGIAN PROPOSAL: Management principles for enhancing quality of products and services, occupational health & safety, and the environment.

Anexo C

(Informativo)

El estudio de esta norma ha estado a cargo de los organismos respectivos, integrados en la forma siguiente:

Subcomité de Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional

Integrante	Representó a:
Dra. Silvia AMADORI	SUPERINT. RIESGOS DEL TRABAJO
Ing. Alfredo ANDRADE	SADE INGENIERIA Y CONSTRUCC.
Ing. Eduardo ALVAREZ	ITSEMAP
Ing. Alicia ARAGNO	CIRSOC
Tco. Juan BALDANI	CNEA
Ing. Rubén BALSAMELLO	CAI. AAHST-ALAIST
Dr. Enrique BARRAL	CONSEJO ARG. DE SEGURIDAD
Ing. José BORRAS	CONSOLIDAR ART
Lic. Raúl BORRELLO	ICI -
Ing. Italo BRETTI	BUREAU VERITAS
Ing. Domingo CALISSE	AGUAS PROVINCIALES DE STA. FE
Ing. Graciela CATTANEO	BERKLEY ART
Dr. Roberto CIANIS	ESSO SAPA
Lic. Marcelo CIVITELLI	SIDERCA
Lic. Jorge CUTULI	INST. ARG. DE SEGURIDAD
Ing. Héctor DABBADIE	UNIVERSIDAD TECNOL. NACIONAL
Ing. Ricardo DELGADO	TELEFÓNICA DE ARGENTINA
Lic. Beatriz DOGLIANI	INST. ARG. DE SIDERURGIA
Dr. Héctor FERNANDEZ	OEA-CENTRO DE EX BECARIOS
Ing. Juan FERNANDEZ	SOL PETROLEO
Ing. Julio FERNANDEZ	INTI
Dr. Juan C. FIRBEDA	SUPERINTENDENCIA A.F.J.P.
Ing. Karina GIMENEZ	3M ARGENTINA

Lic.	Oscar GIOMETTE	ACINDAR
Lic.	Roberto GIURLIDDO	SMATA
Lic.	Carlos GOMEZ	SUPERINT. RIESGOS DEL TRABAJO
Lic.	Oscar GRALATTO	SIEMENS
Ing.	Eduardo GUEVARA	CENTRAL PUERTO
Ing.	Hugo HALBERIAN	BOSTON ART
Ing.	Fernando IULIANO	METROGAS
Ing.	Oscar JAUL	OSRAM ARGENTINA
Tco.	Carlos JELUSIC	MIEMBRO PERSONAL
Ing.	Eduardo LABBE	PEREZ COMPANC
Ing.	Carlos LAVALLE	PETROQUIMICA CUYO
Ing.	Angel LERMA	SUBSECRET. TRABAJO PCIA. BS. AS.
Lic.	Alicia LOMBARDI	INEA
Ing.	Alfredo LOPEZ CATTANEO	MAPFRE ART
Ing.	Laura LOREA	HOSPITAL GARRAHAN
Tco.	Carlos LOUSTAUNAU	LA CAJA ART
Dr.	Horacio MARTIRENA	BUREAU VERITAS
Lic.	José MELO	BOSTON ART
Lic.	Harry MEYER	3M ARGENTINA

Integrante

Representó a:

Ing.	Antonio MIHOC	
Lic.	Javier MOLINA	ARCOR
Sr.	Carlos MOYANO	INSTITUTO ARG. DE SEGURIDAD
Ing.	Eduardo MUTAZZI	UNIVERSIDAD TECNOL. NACIONAL
Ing.	Juan NEGRO	ITSEMAP
Ing.	Francisco OLANO	LOMA NEGRA
Ing.	María OCCHIPINTI	MIEMBRO PERSONAL

Tco.	Víctor PARRILLI	TELECOM
Ing.	Carlos PEÉ)ELABORDE	INTI
Dr.	Rubén PEREIRA	SIDERCA
Ing.	Salvador PORTO	UNION INDUSTRIAL ARGENTINA
Ing.	Jorgelina PUGLISI	INVITADA ESPECIAL
Tco.	Victor RAMÍREZ	AFIP
Ing.	Héctor RODAS	ESEBA
Ing.	Juan RODAS	TELECOM
Lic.	Pedro ROSSI	PROFESIONAL INDEPENDIENTE
Lic.	Claudio SAN JUAN	ASOCIART ART
Ing.	Inés SANTANA	UNLP FAC. ING. /SPM
Lic.	Edgardo SAVOINI	LA CAJA ART
Ing.	Carlos SACAVINI	INTI-CIIA
Ing.	Felipe SCHAPIRA	PROFESIONAL INDEPENDIENTE
Tco.	Daniel SEDAN	ESEBA
Dra.	Alicia SERRACHIERI	CONSEJO ARG. DE SEGURIDAD
Ing.	Carlos SLEMENSON	PROFESIONAL INDEPENDIENTE
Ing.	Nestor SOSA	SUBSECRET. TRABAJO PROV. BS.AS.
Lic.	Leonardo SZTATMAN	OMEGA ART
Tco.	Ernesto TECCO	ACINDAR
Lic.	Héctor TEJEDA	LA CAJA ART
Lic.	Jorge TEPLIZKY	TELEFÓNICA DE ARGENTINA
Dra.	Inge THIEL	UBA - FAC. CCIAS. EXACTAS y NAT.
Tco.	Javier VICTOREL	MONSANTO ARG.
Ing.	Roque PORTILLO	IRAM
Ing.	Mario PAONESSA	IRAM

Integrante

Dr. Víctor ALDERUCCIO
Lic. José CARACUEL
Dr. Álvaro CRUZ
Ing. Diego DONEGANI
Ing. Ramiro FERNÁNDEZ
Ing. Jorge KOSTIC

Integrante

Ing. Jorge MANGOSIO
Ing. Samuel MARDYKS
Dr. Alberto F. OTAMENDI
Ing. Tulio PALACIOS
Sr. Francisco R. SOLDI
Ing. Rodolfo BARBOSA

Los documentos normativos para consulta restantes pueden ser chequeados on-line a través de los siguientes enlaces:

IRAM-ISO 9000: Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.

<http://www.slideshare.net/laurarosario/iram-iso-9000>

IRAM-ISO 14050: Gestión ambiental. Vocabulario.

<http://www.ingenieroambiental.com/14050-vocabulario.pdf>

IRAM-SECTUR 42230:2009

Recomendaciones respecto de la responsabilidad social y prácticas ambientales

ANEXO A

(Informativo)

Acciones de la responsabilidad social

Se indican a continuación ejemplos de acciones de responsabilidad social que la organización podría implementar:

- a) Favorecer y respaldar activamente a las empresas receptoras locales relacionadas con el turismo.
- b) Adquirir bienes y servicios a prestadores locales y comunidades originarias.
- c) Contratar personal local.
- d) Ejecutar programas de formación básica y de promoción para la población local.
- e) Organizar cursos de idiomas para la población local que no conozcan el idioma predominante de los huéspedes.
- f) Alentar al personal y a los huéspedes a integrarse en proyectos para la comunidad local.
- g) Informar a los huéspedes de las características sociales, culturales y religiosas locales, asesorando sobre la actitud que deben adoptar para mostrarse respetuosos.
- h) Donar el equipamiento, los productos o los materiales del establecimiento que se encuentren en desuso y en buen estado a la comunidad local.
- i) Facilitar información a los huéspedes sobre los artículos de producción local y orientar a los huéspedes a la compra de productos locales.
- j) Comprar productos y materiales locales que requieran menos transporte, envasado y almacenamiento y permitan fortalecer las relaciones con la comunidad y aumentar el prestigio del establecimiento.
- k) Auspiciar la sensibilización y/o educación ambiental de la comunidad.
- l) Trabajar en conjunto con instituciones educativas y sociales.
- m) Promover interacciones culturales entre la comunidad local y visitante.

ANEXO B

(Informativo)

Prácticas ambientales

Se indican a continuación algunas sugerencias sobre prácticas ambientales que la organización podría implementar:

- a) Establecer mecanismos para el ahorro de energía, como por ejemplo bajar la calefacción o el aire acondicionado a una temperatura establecida mientras se limpia la habitación o utilizar los equipos de lavandería y lavaplatos solamente

con carga completa. Si el establecimiento dispone de piscina, apagar el motor por la noche.

- b) Verificar periódicamente los equipos e instalaciones a través de un mantenimiento preventivo para asegurarse de que su funcionamiento sea óptimo.
- c) Utilizar productos cuyo mantenimiento requiera menos energía, como las sábanas y las toallas de color o productos ecológicos que pueden lavarse a baja temperatura.
- d) Utilizar sensores y temporizadores que apaguen automáticamente las luces innecesarias en zonas de uso intermitente, como salas de reuniones, depósitos, servicios públicos o del personal, entre otros.
- e) Utilizar fuentes de energía renovable.
- f) Utilizar lámparas de bajo consumo.

B.2 Control del consumo de agua

- a) Revisar periódicamente las instalaciones de agua de cada área del establecimiento (cocina, lavandería, habitaciones, etc.) a efectos de localizar pérdidas.
- b) Proponer a los huéspedes que utilicen las toallas o las sábanas durante más de un día. Sugerir medidas que permitan ahorrar agua en la utilización de los grifos.
- c) Instalar equipos que permitan ahorrar el consumo de agua como por ejemplo inodoros de descarga parcial, duchas y grifos de caudal reducido. Algunas tecnologías se basan en el criterio de reciclado.
- d) Evitar prácticas paisajísticas que consuman excesivamente el recurso del agua, eligiendo preferentemente especies autóctonas. Evitar el riego de las superficies exteriores y los jardines durante el día.

B.3 Gestión de aguas residuales

- a) Reciclar el agua residual no proveniente de cloacas para su posterior utilización como por ejemplo para lavar los suelos, llenar las cisternas de los inodoros y regar los jardines y otras áreas verdes.
- b) Guardar el aceite y las grasas utilizados para procesarlos por separado.
- c) Utilizar productos de limpieza amigables con el ambiente.
- d) Minimizar la utilización de cloro, detergentes y otras sustancias químicas que se viertan al sistema de efluentes.

B.4 Gestión de residuos

- a) Revisar los tipos y las cantidades de basura que se generan, para así establecer métodos para su eliminación.
- b) Elaborar un programa de gestión de residuos sólidos basado en la estrategia de las tres R: Reducir, Reutilizar y Reciclar.
- c) Evitar la quema de residuos y emisión de gases contaminantes.

- d) Clasificar la basura en el momento en que se produce colocando por ejemplo papeleras para productos reciclables en las habitaciones de huéspedes y contenedores para restos orgánicos en las zonas de cocina.
- e) Recuperar artículos como el papel, el vidrio, el aluminio y el plástico.
- f) Disponer de un recipiente para el descarte de baterías y pilas e informar a los huéspedes y miembros de la organización.
- g) Transformar los restos orgánicos, las hojas y los restos de plantas en abono.
- h) Conservar residuos sólidos en un lugar seguro e higiénico hasta su retiro.

B.5 Utilización de productos químicos

- a) Limitar el número de productos químicos que se utilizan en el establecimiento.
- b) Reducir los agentes contaminantes empleando productos naturales.
- c) Usar dosificadores automáticos de productos para la limpieza de las piscinas a fin de asegurarse de que se utilizan las cantidades exactas de sustancias químicas para cada tarea.
- d) Verificar periódicamente el funcionamiento de aparatos de aire acondicionado, bombas térmicas, cámaras de frío y equipos de ventilación a fin de detectar fugas nocivas.
- e) Al comprar equipos nuevos, optar por aquellos que utilicen sustancias con potencial nulo de agotamiento del ozono y de consumo eficiente.
- f) Para acondicionar el paisaje, seleccione plantas autóctonas que requieran menos agua, pesticidas, abonos y herbicidas.
- g) Utilizar abono orgánico u otros productos naturales equivalentes en lugar de fertilizantes sintéticos.

B.6 Política de compras

- a) Preferir en las compras productos con certificado de calidad ecológica.
- b) Promover y colaborar activamente con los proveedores para influir en sus prácticas ambientales.
- c) Preferir proveedores que demuestren compromiso con las buenas prácticas ambientales.
- d) Facilitar información a los huéspedes sobre compras que deben evitar por tratarse de productos confeccionados a partir de especies en peligro de extinción.
- e) Optar por productos de papel amigables con el ambiente.
- f) Preferir productos a granel y con poco embalaje a fin de reducir los costos de envasado, almacenamiento, transporte y eliminación.
- g) Utilizar papel reciclado para facturas, folletos, cartas, sobres, tarjetas de visitas y demás papelería comercial, que contribuya al ambiente y la imagen institucional de la organización.
- h) Promover el uso responsable de señalización con materiales vinculados a la identidad típica de la región y en armonía con el establecimiento.

B.7 Contribución con el entorno y la biodiversidad

- a. Colaborar con distintas organizaciones en el establecimiento de las estrategias más adecuadas para la conservación de la biodiversidad.
- b. Preservar las especies autóctonas en los terrenos donde se encuentra emplazado el establecimiento.
- c. Motivar y gestionar la participación del personal como voluntarios en proyectos de conservación o similares, como por ejemplo: limpieza de las playas, escuelas, caminos.
- d. Informar a los huéspedes como apoyar los esfuerzos locales de conservación de la biodiversidad.
- e. Evitar la contaminación visual y auditiva, como por ejemplo evitando el cableado aéreo, carteles de publicidad masiva.

LISTADO DE HOSTELS EN MENDOZA

Las fotografías incluídas en el presente listado han sido rescatadas en su totalidad de los sitios web oficiales de cada hostel.

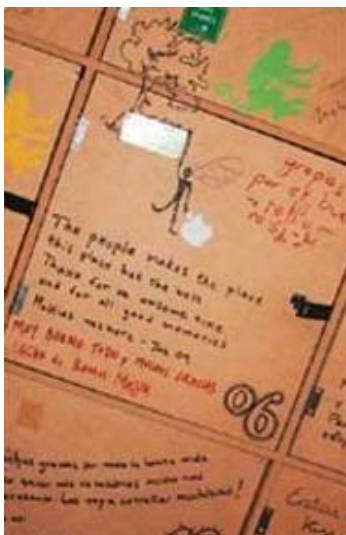
Ciudad de Mendoza

1. All in Mendoza Monkey Hostel

Web: www.monkeyhostel.com

Dirección: Sarmiento 681

Teléfono: 261-4231148



2. Bed for Wine

Web: www.facebook.com/pages/Bed-for-Wine/136195483132577

Dirección: Belgrano 965

Teléfono: 261-4293090



3. Break Point Hostel

Web: www.breakpointhostel.com.ar

Dirección: Av. Aristides Villanueva 241 - Teléfono: 261-4239514



4. Damajuana Hostel

Web: www.damajuanahostel.com.ar

Dirección: Av. Aristides Villanueva 282 - Teléfono: 262-4255858



5. Empedrado Hostel

Web: www.hosteleepedrado.com.ar

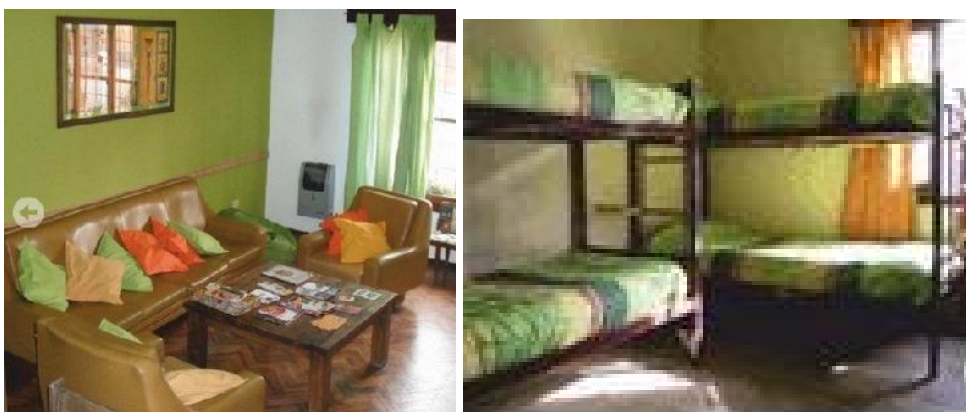
Dirección: Patricias Mendocinas 1959 - Teléfono: 261-4253580



6. Estación Mendoza

Web: www.estacion-mendoza.com.ar

Dirección: Primitivo de la Reta 547 - Teléfono: 4291110



7. Hostel Confluencia

Web: www.hostalconfluencia.com.ar

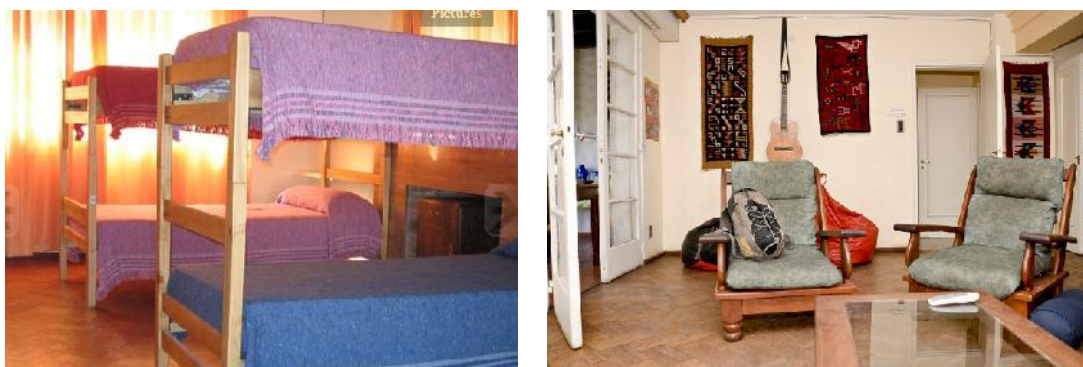
Dirección: España 1512 - Teléfono: 261-4290430



8. Hostel Álamo

Web: www.hostelalamo.com

Dirección: Necochea 740 - Teléfono: 261-4295565



9. Hostel Cuyum Mapu Mendoza

Web: www.cuyummapu.com

Dirección: Av. San Martín 2348 - Teléfono: 261-4201147



10. Hostel Huellas Andinas

Web: www.hostelhuellasandinas.com

Dirección: Rivadavia 640 - Teléfono: 261-4202846



11. Quinta Rufino Hostel

Web: www.quintarufinohostel.com.ar

Dirección: Rufino Ortega 142 - Teléfono: 261-4204696



12. Hostel Independencia

Web: www.hostelindependencia.com.ar

Dirección: Av. Mitre 1237 - Teléfono: 261-4231806



13. Sosa House

Web: www.sosahaus.com

Dirección: Juan B. Justo 56 - Teléfono: 261-4254586



14. Hostel Internacional Campo Base

Web: www.hostelcampobase.com.ar

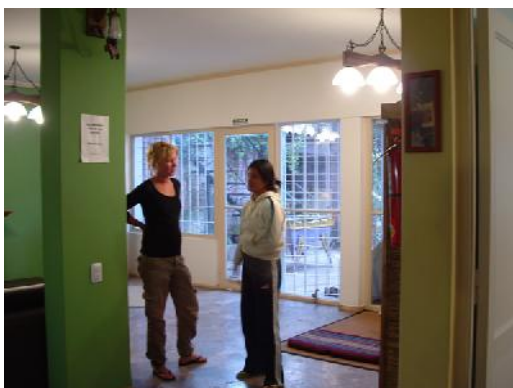
Dirección: Av. Mitre 946 - Teléfono: 261-4290707



15. Hostel Lao

Web: www.laohostel.com

Dirección: La Rioja 771 - Teléfono: 261-4380454



16. Hostel Malbec

Web: www.malbechostel.com.ar

Dirección: Av. San Martín 1446 - Teléfono: 261-4290139



17. Hostel Mendoza Lodging

Web: www.mendozalodging.com

Dirección: Av. San Martín 1998 – Teléfono: 261-4295770



18. Hostel Mora

Web: www.hostelmora.com.ar

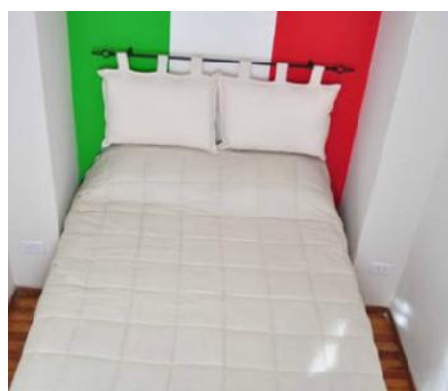
Dirección: San Juan 955 – Teléfono: 261-4294131



19. Hostel Plan B

Web: www.hostelplanb.com

Dirección: Olascoaga 1323 – Teléfono: 261-4202869



20. Hostel Puertas del Sol

Web: <http://www.facebook.com/hostel.puertasdelosol>

Dirección: Espejo 751 – Teléfono: 261-4257983



21. Hostel Simplemente Mendoza

Web: www.hostelsimplementemendoza.com

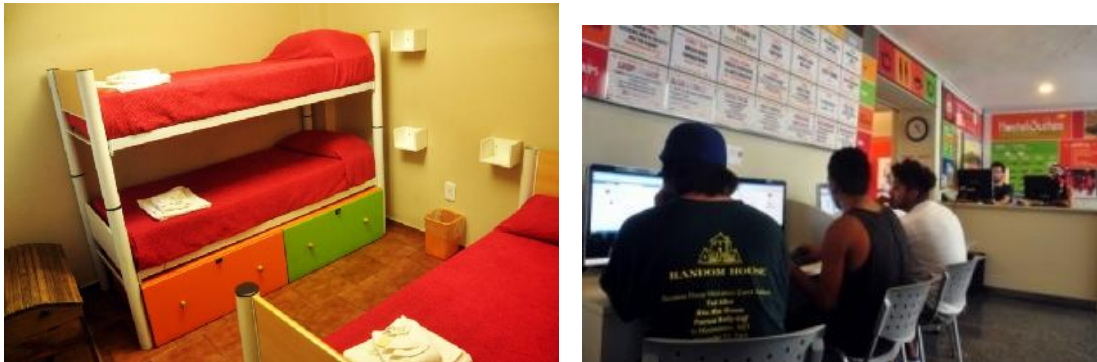
Dirección: Patricias Mendocinas 858 – Teléfono: 261-4297356



22. Hostel Suites Mendoza

Web: www.hostelsuites.com

Dirección: Patricias Mendocinas 1532 – Teléfono: 261-4237018



23. Itaka Hostel

Web: www.itakahouse.com

Dirección: Av. Aristides Villanueva 480 - Teléfono: 261-4239793



24. Mendoza Inn

Web: www.mendozahostel.com

Dirección: Av. Aristides Villanueva 470 - Teléfono: 261-4380818



25. Lagares Hostel

Web: www.hostellagares.com.ar

Dirección: Corrientes 213 - Teléfono: 261-4234727



26. Mendoza Backpackers Hostel

Web: www.mendozabackpackers.com

Dirección: San Lorenzo 19 - Teléfono: 261-4294941



27. Savigliano International Hostel

Web: www.savigliano.com.ar

Dirección: Pedro B. Palacios 944 - Teléfono: 261-4237746



28. Trotamundos Hostel

Web: www.trotamundoshotel.com.ar

Dirección: Perú 1214 - Teléfono: 261-4258187



29. Hostel Plaza

Web: www.plazaitalia.net

Dirección: Montevideo 685 - Teléfono: 261-4234219



30. Hostel Parque Central

Web: www.hostelparquecentral.com

Dirección: 25 de Mayo 1889 - Teléfono: 261-4251535



31. Life house hostel

Web: www.lifehousehostel.com

Dirección: Gutiérrez 565 - Teléfono: 261-4204294



32. Punto Urbano

Web: www.puntourbanohostel.com

Dirección: Av. Godoy Cruz 326 - Teléfono: 261-4295281



33. Carahue

Web: www.hostelcarahue.com

Dirección: Moreno 1442 - Teléfono: 261-4254772



34. Spazio

Web: www.spaziohostel.com

Dirección: Corrientes 20 - Teléfono: 261-4239385



General Alvear

1. Posta del Atuel

Web: www.postadelatuel.com

Dirección: Ruta nacional 143 Sur, Km 425 - Teléfono: 2625-665430



Godoy Cruz

1. Hostel Internacional

Web: www.hostelmendoza.net

Dirección: España 343 - Teléfono: 261-4240018



2. Zona Sísmica Hostel

Web: www.facebook.com/hostel.zonasismica

Dirección: San Martín 276 - Teléfono: 261-5628444



3. La Cava

Web: www.lacavahostel.minihostels.com

Dirección: San Martín 1702 - Teléfono: 261-4245405

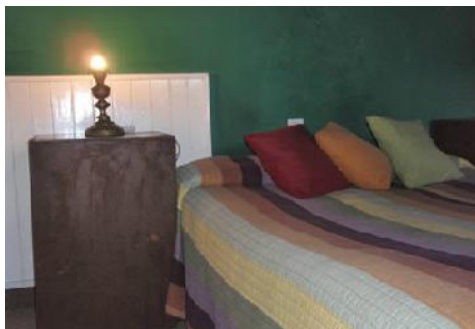


Guaymallén

1. Hostel Chimbas

Web: www.chimbashostel.com.ar

Dirección: Cobos 92 - Teléfono: 261-4314191



2. Casa pueblo hostel

Web: www.casapueblohostel.com

Dirección: Pellegrini 377 - Teléfono: 261-4324976



3. Hostel La Puerta

Web: www.hostellapuerta.com.ar

Dirección: 25 de Mayo 1011 – Teléfono: 261-4318088



4. Hostel Ruca-Potu

Web: www.hostelruca-potu.com.ar

Dirección: Av. Gobernador Ricardo Videla 1275 – Teléfono: 261-4450281



5. Uma

Web: www.hosteluma.com

Dirección: Bandera de Los Andes 314 - Teléfono: 261-4155194



Las Heras

1. Hostel Campo Base Penitentes

Web: www.penitentes.com.ar

Dirección: Ruta internacional N° 7 Km 163- Los Penitentes - Teléfono: 261-4255511



2. Hostel Internacional Uspallata

Web: www.hosteluspallata.com.ar

Dirección: Ruta 7 s/n - km. 1141/42. Uspallata - Teléfono: 261-5759204



3. Hostel Pórtico Del Valle

Web: www.porticodelvalle.com

Dirección: Av. Las Heras 25 esquina Ruta Nro. 7 – Uspallata - Teléfono: 2624-420103



Luján de Cuyo

1. El Puesto Hostel de Montaña

Web: www.elpuestohostel.com.ar

Dirección: Av. Los Cóndores Villa Manantiales - El Salto - Teléfono: 261-4674356



Malargüe

1. EcoHostel Internacional Malargüe

Web: www.hostelmalargue.com

Dirección: Prolongación Constitución Nacional, Finca 65 / Colonia Pehuenche - Teléfono: 260-4232312



2. Nord Patagonia

Web: www.facebook.com/pages/Nord-Patagonia-Hostel/250916538357000

Dirección: Fray Inalacán 52- Teléfono: 260-4472276



Maipú

3. Hostel Wineries

Web: www.hostelwineries.com

Dirección: Urquiza 2997 – Coquimbito - Teléfono: 261-4817224



4. Huar Hostel

Web: www.huarhostel.com

Dirección: Dr. Brandi 47 - Teléfono: 261-4975501



5. Posada del Vino

Web: www.posadavino.com

Dirección: Maza 3135 – Gutiérrez - Teléfono: 261-4978267



6. Baco Hostel

Web: www.caminoamendoza.com/donedormir/fichas/hostel/baco/index.html

Dirección: Tropero Sosa 199 - Teléfono: 261-4970240



San Rafael

2. Shanti Hostel

Web: www.shantihostel.com.ar

Dirección: Av Hipólito Yrigoyen 2602 - Teléfono: 2627-435358



3. Tierrasoles Hostel

Web: www.tierrasoles.com.ar

Dirección: Alsina 245 - Teléfono: 2627-433449



4. Caminito

Web: www.acampante.com/ficha/426/caminito--hostel

Dirección: Chile 411 - Teléfono: 2627-4437994

5. Trotamundos San Rafael

Web: www.trotamundoshotel.com.ar

Dirección: Barcala 300 - Teléfono: 260-4432795



Tunuyán

6. Complejo San Antonio

Web: www.campingsanantonio.com.ar

Dirección: Ruta 94, km 27,5. Camino al Manzano Histórico - Teléfono: 261-5354888



ENTREVISTAS REALIZADAS

Cuestionario destinado a personal de hostels de la Ciudad de Mendoza:

Cuestionario N ° 1

- 1- Nombre de fantasía del Hostel para el cual trabaja: *Empedrado hostel*
- 2- La empresa tiene más de un alojamiento. Si. ¿Cuántos? *Tres.*
- 3- Los alojamientos son todos de la tipología hostel. Si
- 4- ¿En qué año abrió el hostel? *En 2001 aproximadamente.*

Consulta sobre el Hostel visitado

- 5- Cantidad de empleados: Permanentes: *Tres.* Temporales: *Tres.* ¿En qué periodo del año se contrata personal temporal? *En verano.*
- 6- Describa las características básicas del servicio de alojamiento que presta el hostel
Se ofrece alojamiento, en habitaciones compartidas, con baños compartidos o habitaciones dobles privadas con baños ensuite; desayuno continental incluido en la tarifa, limpieza de habitaciones, wifi gratuito, actividades gratuitas como charlas sobre vinos, introducción a la cultura local.
- 7- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en su empresa? ¿Son coincidentes con el auge de la industria de hostels en Mendoza (2003 - 2008)? *Siempre hemos mantenido niveles de ocupación estable, somos un establecimiento con muchos años en la provincia y hemos sabido captar las necesidades de los turistas y adaptar nuestros servicios para no perder clientes potenciales.*
- 8- ¿Llevan registros estadísticos?
*Sí, tenemos un sistema manual de planillas donde completamos algunos datos como ocupación, edades y procedencia y luego los procesamos, también utilizamos los datos que proporcionan los motores de búsqueda como *hostelworld.com* o *hostelbookers.com*.*
- 9- ¿Considera que hay una crisis en el rubro de hostels? Si. ¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis? *La crisis europea afecta directamente el negocio de los hostels ya que ellos son nuestros principales consumidores.*
- 10- ¿Tienen algún tipo de planificación? Si. ¿Cuáles son los objetivos? *Están basados en el rendimiento económico. ¿Quién la realiza? El propietario en conjunto conmigo*

(encargado y ayudante.). ¿Cada cuánto tiempo? *A mediano plazo.* ¿Cómo se evalúa el cumplimiento? *A través de las mediciones que se hacen en los registros manuales de planillas y los balances que arrojan los motores de búsqueda.*

11-De los servicios prestados, ¿Cuáles estima son los que tienen mayor importancia para el consumidor? *El personal, que sea bilingüe y tenga trato amable. Las excursiones gratuitas.*

12-¿Evalúan a su personal? *No.* ¿Con qué métodos? ¿Con qué frecuencia?

13-¿Realizan capacitaciones para el personal? *Solamente cuando ingresan para que conozcan el sistema y los métodos de venta que utilizamos.*

14-¿Cuáles son sus clientes objetivos? *Adultos jóvenes extranjeros, sobre todo europeos y estadounidenses, entre 20 y 35 años.*

15-¿Cuáles son sus aspectos distintivos a nivel institucional (recursos humanos, servicios, etc)? *Los recursos humanos, su calidad de atención y las propuestas gratuitas como city tour, degustación de vinos, introducción a la cultura local.*

16-¿Consideran que los aspectos distintivos han permitido su mantenimiento empresarial a lo largo de los años? *Si.*

17-¿Realizan encuestas de calidad? *Si, a través de los motores de búsqueda o en papel antes del check-out.*

18-Si la respuesta a 18 es si: ¿Qué porcentaje de respuesta tienen? *85% de respuesta.*

19-¿Qué métodos utilizan para contactar clientes? *Internet. Motores de búsqueda.*

20-¿Cuáles son sus principales competidores? *Directos: los hostels o B&B. Indirectos: los hoteles que bajan sus precios cuando disminuye la ocupación.*

21-¿Hacen evaluaciones de sus competidores (mystery shopper por ejemplo)? *Si, hacemos comparaciones desde los motores de búsqueda.*

22-¿En qué aspectos consideran superan a la competencia? ¿En cuales creen que están en desventaja? *Los superamos en las propuestas que se realizan a los clientes y en el personal. No responde en cuanto a desventajas: “Considero que no tenemos”.*

Cuestionario N° 2

- 1- Nombre de fantasía del Hostel para el cual trabaja: *Hostel Suites Mendoza*
- 2- La empresa tiene más de un alojamiento. *Si, en Buenos Aires. ¿Cuántos? Tres.*
- 3- Los alojamientos son todos de la tipología hostel. *Si*
- 4- ¿En qué año abrió el hostel? *En 2010.*

Consulta sobre el Hostel visitado

- 5- Cantidad de empleados: Permanentes: *Todos.* Temporales: *ninguno.* ¿En qué periodo del año se contrata personal temporal? *Solo en temporada alta se contratan 1 ó 2 refuerzos.*
- 6- Describa las características básicas del servicio de alojamiento que presta el hostel
Se ofrece alojamiento, en habitaciones compartidas, con baños compartidos; desayuno continental incluido en la tarifa, limpieza de habitaciones, wifi gratuito, salas comunes.
- 7- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en su empresa? ¿Son coincidentes con el auge de la industria de hostels en Mendoza (2003 - 2008)? *Desde que abrimos hemos mantenido la ocupación en un promedio del 75%..*
- 8- ¿Llevan registros estadísticos?
Sí, a través del sistema de gestión de reservas y registros y por los motores de búsqueda como hostelworld.com o hostelbookers.com.
- 9- ¿Considera que hay una crisis en el rubro de hostels? *No sé si llamarlo crisis, pero algunos hostels han cerrado en el último tiempo por la crisis económica en Europa.*
¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis? *Si, la situación económica de los europeos y anteriormente la de los norteamericanos que son nuestros principales clientes.*
- 10- ¿Tienen algún tipo de planificación? *Si.* ¿Cuáles son los objetivos? *Están basados en el rendimiento económico.* ¿Quién la realiza? *Los encargados que tienen base en Buenos Aires.* ¿Cada cuánto tiempo? *Cada un año.* ¿Cómo se evalúa el cumplimiento? *Por los niveles de ocupación y encuestas de calidad del sistema.*
- 11- De los servicios prestados, ¿Cuáles estima son los que tienen mayor importancia para el consumidor? *El desayuno, la limpieza, el agua caliente, y sobre todo internet.*
- 12- ¿Evalúan a su personal? *Si.* ¿Con qué métodos? *Evaluaciones de desempeño en el lugar de trabajo.* ¿Con qué frecuencia? *Mensualmente.*

- 13- ¿Realizan capacitaciones para el personal? *Si, cuando ingresan y charlas sobre ventas.*
- 14- ¿Cuáles son sus clientes objetivos? *Adultos jóvenes extranjeros, sobre todo europeos y estadounidenses, entre 18 y 40 años.*
- 15- ¿Cuáles son sus aspectos distintivos a nivel institucional (recursos humanos, servicios, etc)? *El conjunto del personal, las facilidades que se dan al pasajero y el servicio que se brinda.*
- 16- ¿Consideran que los aspectos distintivos han permitido su mantenimiento empresarial a lo largo de los años? *Si, por supuesto.*
- 17- ¿Realizan encuestas de calidad? *Si, en el hostel o en las páginas web.*
- 18- Si la respuesta a 18 es si: ¿Qué porcentaje de respuesta tienen? *Entre el 70% y 80% de respuesta.*
- 19- ¿Qué métodos utilizan para contactar clientes? *Internet, hostels de la cadena o en la terminal.*
- 20- ¿Cuáles son sus principales competidores? *El resto de hostels que se ubican en la misma zona (calle Patricias mendocinas, España).*
- 21- ¿Hacen evaluaciones de sus competidores (mystery shopper por ejemplo)? *Si, desde las páginas de reservas.*
- 22- ¿En qué aspectos consideran superan a la competencia? ¿En cuales creen que están en desventaja? *Los superamos en el servicio en su conjunto, personal, facilidades, etc. No tengo desventajas identificadas.*

Cuestionario N° 3

- 1- Nombre de fantasía del Hostel para el cual trabaja: *Sosa Haus*
- 2- La empresa tiene más de un alojamiento. *No.*
- 3- Los alojamientos son todos de la tipología hostel. -
- 4- ¿En qué año abrió el hostel? *En 2002.*

Consulta sobre el Hostel visitado

- 5- Cantidad de empleados: Permanentes: *Uno* Temporales: *ninguno*. ¿En qué periodo del año se contrata personal temporal? *Solo en temporada alta se contrata una señora para la limpieza.*
- 6- Describa las características básicas del servicio de alojamiento que presta el hostel
Se ofrece alojamiento en habitaciones y baños compartidos, salas comunes, desayuno, internet y reuniones entre los pasajeros.
- 7- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en su empresa? ¿Son coincidentes con el auge de la industria de hostels en Mendoza (2003 - 2008)? *Se mantiene ocupado en su totalidad durante todo el verano y disminuye en invierno, pero siempre ha sido estable la ocupación.*
- 8- ¿Llevan registros estadísticos? *Muy pocos, sólo con las webs de reservas.*
- 9- ¿Considera que hay una crisis en el rubro de hostels? *Si.* ¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis? *Por la crisis en Europa.*
- 10- ¿Tienen algún tipo de planificación? *No.* ¿Cuáles son los objetivos?
- 11- De los servicios prestados, ¿Cuáles estima son los que tienen mayor importancia para el consumidor? *Wifi.*
- 12- ¿Evalúan a su personal? *No, porque trabajo solamente yo.*
- 13- ¿Realizan capacitaciones para el personal? *No.*
- 14- ¿Cuáles son sus clientes objetivos? *Extranjeros, sobre todo europeos y estadounidenses, entre 18 y 35 años.*
- 15- ¿Cuáles son sus aspectos distintivos a nivel institucional (recursos humanos, servicios, etc)? *La buena onda que hay en el ambiente.*
- 16- ¿Consideran que los aspectos distintivos han permitido su mantenimiento empresarial a lo largo de los años? *Si.*
- 17- ¿Realizan encuestas de calidad? *Si, en las páginas web de reservas y en facebook.*
- 18- Si la respuesta a 18 es si: ¿Qué porcentaje de respuesta tienen? *Un 50%.*

- 19-¿Qué métodos utilizan para contactar clientes? *Internet: facebook y motores de búsqueda.*
- 20-¿Cuáles son sus principales competidores? *Los hoteles que están en la misma cuadra que bajan sus precios para competir.*
- 21-¿Hacen evaluaciones de sus competidores (mystery shopper por ejemplo)? *Si, desde las páginas de reservas.*
- 22-¿En qué aspectos consideran superan a la competencia? ¿En cuales creen que están en desventaja? *Los superamos en la ubicación. La desventaja es la poca cantidad de habitaciones dobles.*

Cuestionario N° 4

- 1- Nombre de fantasía del Hostel para el cual trabaja: *Backpackers*
- 2- La empresa tiene más de un alojamiento. *Si. ¿Cuántos? Cinco.*
- 3- Los alojamientos son todos de la tipología hostel. *4 hostels y 1 hotel.*
- 4- ¿En qué año abrió el hostel? *Hace 3 aproximadamente.*

Consulta sobre el Hostel visitado

- 5- Cantidad de empleados: Permanentes: *Once.* Temporales: *Ninguno.* ¿En qué periodo del año se contrata personal temporal? *En verano se contrata mayor personal para ventas.*
- 6- Describa las características básicas del servicio de alojamiento que presta el hostel
Se ofrece alojamiento, en habitaciones compartidas, con baños compartidos; desayuno continental incluido en la tarifa, limpieza de habitaciones, wifi gratuito, actividades gratuitas como caminos del vino en bicicleta, o cursos de cata.
- 7- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en su empresa? ¿Son coincidentes con el auge de la industria de hostels en Mendoza (2003 - 2008)? *En 2011 se dieron los mayores rendimientos.*
- 8- ¿Llevan registros estadísticos?
Sí, muy sencillos a través de Excel y se usan los datos que proporcionan los motores de búsqueda como hostelworld.com o hostelbookers.com.
- 9- ¿Considera que hay una crisis en el rubro de hostels? *Si.* ¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis? *No.*
- 10- ¿Tienen algún tipo de planificación? *Si.* ¿Cuáles son los objetivos? *Están basados en el rendimiento económico a corto plazo (de un fin de semana largo a otro se hacen comparaciones).* ¿Quién la realiza? *Los encargados de cada hostel de la cadena en conjunto con el propietario.* ¿Cada cuánto tiempo? *De un fin de semana largo o temporadas de verano- invierno a otra.* ¿Cómo se evalúa el cumplimiento? *Haciendo comparaciones con los registros anteriores.*
- 11- De los servicios prestados, ¿Cuáles estima son los que tienen mayor importancia para el consumidor? *Los servicios de entretenimiento que se prestan (actividades organizadas por el hostel dentro y fuera de éste).*
- 12- ¿Evalúan a su personal? *Si.* ¿Con qué métodos? *Con observaciones, de modo muy informal.* ¿Con qué frecuencia? *No hay una frecuencia predeterminada.*

- 13-¿Realizan capacitaciones para el personal? *Cuando ingresan se les da una charla introductoria y se les explica cómo se maneja la recepción y con respecto a las excursiones se dan algunas charlas sobre ventas y se da la facilidad de hacerlas gratuitamente para que puedan venderlas.*
- 14-¿Cuáles son sus clientes objetivos? *Adultos jóvenes extranjeros, sobre todo europeos y estadounidenses, entre 20 y 33 años.*
- 15-¿Cuáles son sus aspectos distintivos a nivel institucional (recursos humanos, servicios, etc)? *La fusión del hostel con agencia de turismo para las excursiones.*
- 16-¿Consideran que los aspectos distintivos han permitido su mantenimiento empresarial a lo largo de los años? *Si.*
- 17-¿Realizan encuestas de calidad? *Si, a través de los motores de búsqueda o en la recepción antes del check-out.*
- 18-Si la respuesta a 18 es si: ¿Qué porcentaje de respuesta tienen? *60% de respuesta.*
- 19-¿Qué métodos utilizan para contactar clientes? *Internet. Motores de búsqueda.*
- 20-¿Cuáles son sus principales competidores? *Aquellos que tienen mayor trayectoria en la Ciudad de Mendoza, tales como: Empedrado, Mora, Hostel Suites y Damajuana.*
- 21-¿Hacen evaluaciones de sus competidores (mystery shopper por ejemplo)? *Si, hacemos comparaciones desde los motores de búsqueda y mystery shopper.*
- 22-¿En qué aspectos consideran superan a la competencia? ¿En cuales creen que están en desventaja? *Las ventajas están en los servicios que se prestan gratuitamente y las excursiones. La desventaja es el servicio de desayuno, ya que es muy sencillo y recibimos varias quejas respecto a este tema.*

Cuestionario N ° 5

- 1- Nombre de fantasía del Hostel para el cual trabaja: *Hostel huellas andinas*
- 2- La empresa tiene más de un alojamiento. *No.*
- 3- ¿Los alojamientos son todos de la tipología hostel? -
- 4- ¿En qué año abrió el hostel? *En 2001.*

Consulta sobre el Hostel visitado

- 5- Cantidad de empleados: Permanentes: 4. Temporales: 1. ¿En qué periodo del año se contrata personal temporal? *En temporada alta (Enero, Febrero y Marzo)*
- 6- Describa las características básicas del servicio de alojamiento que presta el hostel.
El hostel cuenta con los siguientes servicios: alojamiento con habitaciones compartidas (dormis) y habitaciones dobles, con y sin baño privado, tv con cable, wifi, computadora con internet para los pasajeros, desayuno seco, cocina totalmente equipada, venta de excursiones, biblioteca con intercambio de libros, información turística.
- 7- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en su empresa? *Es muy relativo ya que depende de muchos factores, pero considero que la temporada 2010, 2011 y 2012 fueron muy buenas.*
- 8- ¿Son coincidentes con el auge de la industria de hostels en Mendoza (2003 -2008)?
No, el inicio del hostel fue en el año 2001 y se mantiene hasta la actualidad.
- 9- ¿Llevan registros estadísticos? *Si.*
- 10- ¿Considera que hay una crisis en el rubro de hostels?
No, considero que hay una crisis, en el país, que perjudica el turismo nacional en general, y personalmente considero que en Mendoza se tenido un desempeño desfavorable a nivel turístico, sobre todo respecto a planificación.
- 11- ¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis?
En el último tiempo el turismo nacional ha optado mucho por vacacionar en otros países.
- 12- ¿Tienen algún tipo de planificación? *Si, es algo imprescindible.* ¿Cuáles son los objetivos? *En su mayoría están relacionados con el rendimiento económico y la satisfacción del huésped.* ¿Quién la realiza? *El dueño y el encargado.* ¿Cada cuánto tiempo? *Es relativo, depende de las circunstancias que se den.* ¿Cómo se evalúa el cumplimiento? *Con estadísticas.*

13- De los servicios prestados, ¿Cuáles estima son los que tienen mayor importancia para el consumidor?

El servicio que más importancia le da el consumidor, es el staff que tenemos de recepcionistas altamente capacitados, para generar una estadía única e inolvidable del pasajero y que no sienta que solo es un huésped más, sino un nuevo amigo del hostel.

14- ¿Evalúan a su personal? Si. ¿Con qué métodos? *Con evaluaciones escritas y con objetivos.* ¿Con qué frecuencia? *Por lo general una vez al año.*

15- ¿Realizan capacitaciones para el personal?

Si, al ingresar un nuevo empleado y de acuerdo a los resultados de las evaluaciones se hace un refuerzo de capacitación.

16- ¿Cuáles son sus clientes objetivos? *Adultos jóvenes entre 20 y 40 años.*

17- ¿Cuáles son sus aspectos distintivos a nivel institucional (recursos humanos, servicios, etc)?

Considero que el aspecto que más nos diferencia es la atención personalizada que se le brinda al pasajero.

18- ¿Consideran que los aspectos distintivos han permitido su mantenimiento empresarial a lo largo de los años?

No solo ha permitido el mantenimiento empresarial, sino que nos ha permitido crecer.

19- ¿Realizan encuestas de calidad?

En un tiempo se hacía, después lo dejamos de hacer porque en verdad nos damos cuenta de la satisfacción del pasajero a la hora de que nos agreguen a facebook y dejen buenos comentarios, nos recomienden, vuelvan, etcétera.

20- ¿Qué métodos utilizan para contactar clientes?

Una de las fuentes más fuertes es Internet (pagina oficial, paginas de turismo (hostelworld.com, hostelbookers.com, facebook, etcétera), publicidades, promociones y recomendaciones.

21- ¿Cuáles son sus principales competidores? *(No responde).*

22- ¿Hacen evaluaciones de sus competidores (mystery shopper por ejemplo)? *No.*

23- ¿En qué aspectos consideran superan a la competencia? *En la atención.*

24- ¿En cuales creen que están en desventaja? *(No responde).*

Cuestionario N° 6

- 1- Nombre de fantasía del Hostel para el cual trabaja: *Hostel Álamo*
- 2- La empresa tiene más de un alojamiento. *No.*
- 3- ¿Los alojamientos son todos de la tipología hostel? *-.*
- 4- ¿En qué año abrió el hostel? *2004.*

Consulta sobre el Hostel visitado

- 5- Cantidad de empleados: Permanentes: *4.* Temporales: *2.* ¿En qué periodo del año se contrata personal temporal? *En el comienzo de temporada alta.*
- 5- Describa las características básicas del servicio de alojamiento que presta el hostel.
Habitaciones luminosas de 2/4/6/8 (con y sin baño privado), blancos incluidos, lockers individuales, guarda equipaje, servicio de mucama, aire acondicionado y calefacción, desayuno, cocina equipada, jardín, cochera, TV por cable, DVD y CD, colección de DVD para nuestros clientes, Internet gratis, WiFi, Piscina, clases de español, información turística.
- 6- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en su empresa? *2009-2011.*
- 7- ¿Son coincidentes con el auge de la industria de hostels en Mendoza (2003 -2008)?
No, posterior.
- 8- ¿Llevan registros estadísticos? *Si, desde el 2005.*
- 9- ¿Considera que hay una crisis en el rubro de hostels? *Si, dado el menor costo de otros establecimientos en la clase hotel y los inconvenientes cambiarios.*
- 10- ¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis? *El bajo precio del dólar oficial.*
- 11- ¿Tienen algún tipo de planificación? *Si.* ¿Quién la realiza? *El dueño.* ¿Cada cuánto tiempo? *Cada un año aproximadamente.* ¿Cómo se evalúa el cumplimiento? *Con mediciones en las pernoctaciones de los turistas y su gasto promedio.*
- 12- De los servicios prestados, ¿Cuáles estima son los que tienen mayor importancia para el consumidor?
La cocina y el jardín con churrasquera ya que es el espacio donde todos interactúan y hacen reuniones.
- 13- ¿Evalúan a su personal? *No.* ¿Con qué métodos? *-.* ¿Con qué frecuencia? *-.*
- 14- ¿Realizan capacitaciones para el personal? *Solo en su ingreso.*

- 15- ¿Cuáles son sus clientes objetivos? *Los grupos de jóvenes extranjeros.*
- 16- ¿Cuáles son sus aspectos distintivos a nivel institucional (recursos humanos, servicios, etc)? *La atención personalizada y los servicios especiales como las clases de español.*
- 17- ¿Consideran que los aspectos distintivos han permitido su mantenimiento empresarial a lo largo de los años? *Si.*
- 18- ¿Realizan encuestas de calidad? *Si.* Si la respuesta es sí, ¿Qué porcentaje de respuesta tienen? *65%*
- ¿Qué métodos utilizan para contactar clientes? *Por recomendación e Internet.*
- 19- ¿Cuáles son sus principales competidores? *El hostel internacional ya que sus servicios y forma de prestar el servicio son muy similares a nosotros.*
- 20- ¿Hacen evaluaciones de sus competidores (mystery shopper por ejemplo)? *No.*
- 21- ¿En qué aspectos consideran superan a la competencia? *En la ubicación en pleno centro.*
- 22- ¿En cuales creen que están en desventaja? *No creo que presentamos una desventaja, cual vemos algo malo lo revertimos inmediatamente.*

Cuestionario N° 7

- 1- Nombre de fantasía del Hostel para el cual trabaja: *Hostel Lao.*
- 2- La empresa tiene más de un alojamiento. *No. ¿Cuántos? -.*
- 3- ¿Los alojamientos son todos de la tipología hostel? *-.*
- 4- ¿En qué año abrió el hostel? *2005*

Consulta sobre el Hostel visitado

- 5- Cantidad de empleados: Permanentes: *4.* Temporales: *1.* ¿En qué periodo del año se contrata personal temporal? *En temporada alta.*
- 6- Describa las características básicas del servicio de alojamiento que presta el hostel.
Habitaciones privadas, dormis, WI-FI, desayuno, blancos, lockers, servicio de limpieza, pileta, cocina equipada, TV por cable.
- 7- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en su empresa? *En 2011.*
- 8- ¿Son coincidentes con el auge de la industria de hostels en Mendoza (2003 -2008)?
No.
- 9- ¿Llevan registros estadísticos? *No.*
- 10- ¿Considera que hay una crisis en el rubro de hostels? *Sí.*
- 11- ¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis? *Existen deficiencias en cuanto a la información y la normativa vigente ya que no hay registros fehacientes de los hostels habilitados, además de la crisis que existe en Europa que ha afectado nuestro rendimiento por considerar ese público como nuestros clientes objetivo.*
- 12- ¿Tienen algún tipo de planificación? *Sí.* ¿Quién la realiza? *Los dueños.* ¿Cada cuánto tiempo? *Todos los años.* ¿Cómo se evalúa el cumplimiento? *A través de las estadísticas de ocupación.*
- 13- De los servicios prestados, ¿Cuáles estima son los que tienen mayor importancia para el consumidor? *Desayuno, pileta, cocina equipada.*
- 14- ¿Evalúan a su personal? *No.* ¿Con qué métodos? *-.* ¿Con qué frecuencia? *-.*
- 15- ¿Realizan capacitaciones para el personal? *Sí.*
- 16- ¿Cuáles son sus clientes objetivos? *Jóvenes de entre 23 y 35 años, aproximadamente.*
- 17- ¿Cuáles son sus aspectos distintivos a nivel institucional (recursos humanos, servicios, etc)? *Recursos humanos.*

18-¿Consideran que los aspectos distintivos han permitido su mantenimiento empresarial a lo largo de los años? *Por supuesto, son el pilar fundamental para que el hostel funcione.*

19-¿Realizan encuestas de calidad? *Sí.*

Si la respuesta es sí, ¿Qué porcentaje de respuesta tienen? *70%.* ¿Qué métodos utilizan para contactar clientes? *Teléfono, e-mail, página web.*

20-¿Cuáles son sus principales competidores? *Los hostels del microcentro y hoteles de 1 y 2 estrellas.*

21-¿Hacen evaluaciones de sus competidores (mystery shopper por ejemplo)? *No.*

22-¿En qué aspectos consideran superan a la competencia? *En cercanía a la terminal de ómnibus.*

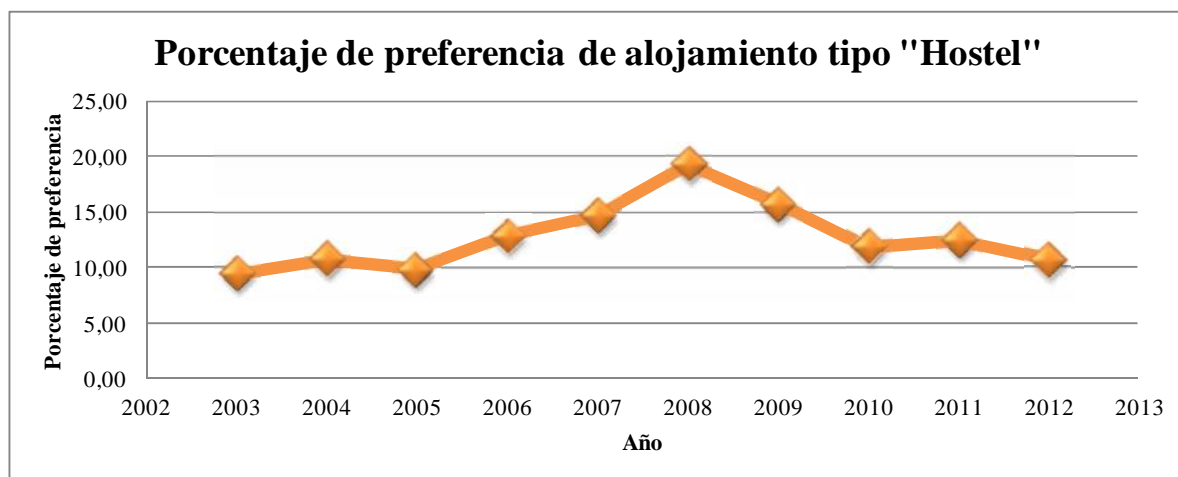
23-¿En cuales creen que están en desventaja? *(No responde).*

Cuestionario realizado a personal del Ministerio de Turismo de Mendoza

Realizado el 05 de Diciembre de 2012 a la Lic. Silvia González de la Dirección de Planificación turística, del Ministerio de turismo de Mendoza.

1- ¿Cómo podría describir el desarrollo de los hostels a partir del año 1998?

El desarrollo de los hostels puede verse reflejado claramente en las ondas que la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE) que desde el año 2002, estas ondas son 400 entrevistas que se realizan en el microcentro de Mendoza y se las clasifica de acuerdo a la procedencia de los turistas: turistas extranjeros resto del mundo - extranjeros chilenos – argentinos; una de las variables que se analiza es el tipo de alojamiento elegido por los entrevistados.



Fuente: elaboración propia según datos relevados.

Año	Porcentaje
2003	9,46
2004	10,73
2005	9,86
2006	12,88
2007	14,69
2008	19,27
2009	15,72
2010	11,79
2011	12,44
2012	10,65

Cuadros de elaboración propia, a partir de los registros de las Ondas DEIE 2003-2012.

- 2- ¿Cuántos hostel hay actualmente legalmente habilitados? ¿Cuántas plazas suman en total? ¿En qué Municipios hay mayor concentración de esta tipología?

Ver cuadro N° 1 (página 134)

De este cuadro se desprende que existen (de acuerdo al registro más actualizado del Ministerio de turismo, del año 2011) 40 hostels habilitados en la provincia de Mendoza, con 286 habitaciones y un total de 969 plazas. Los departamentos con mayor concentración de establecimientos de esta tipología son: Capital con 21 hostels, Godoy Cruz y Malargüe con 4 hostels cada uno.

- 3- Según sus registros ¿En qué años se dieron los mayores niveles de rendimiento en el sector de hostel?

Ver cuadro N° 2 (página 135)

De acuerdo a los registros del Ministerio de turismo, los años de mayor rendimiento (analizados entre 2005 y 2011) se han dado entre 2005 y 2007.

- 4- ¿Considera que actualmente el rubro de hostels está en crisis?

Mi pensamiento, no el del ministerio, en este año se vienen registrando variaciones en los porcentajes de ocupación de esta modalidad.

- 5- Si la respuesta es sí: ¿Han identificado alguna/s causas que respondan a dicha crisis?

Debido sobre todo a la crisis económica, la situación económica del país, factores que siempre inciden en todos los aspectos de la economía.

- 6- ¿Se toma algún tipo de medidas desde el Ministerio con respecto a los establecimientos que se encuentran con bajos niveles de rendimiento?

En cuanto a que medidas toma el ministerio para que varíe la rentabilidad del establecimiento, tenga en cuenta que la búsqueda de la demanda es exclusiva del administrador, que herramientas utiliza para captar nichos y alcanzar el promedio de ocupación óptimo todo el año. El ministerio solo promociona, asesora en cuanto a reconversión de establecimiento o construcción de establecimiento, propuesta y asesoramiento.

Cuadro N° 1



OFERTA HOTELERA POR DEPARTAMENTO - AÑO 2011

Localidad	C.Vacaciones			Comp. Turist.			Hospedajes			Hostel			Hosteria *			Hosterias **			Hosterias ***		
	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P
Capital							14	190	574	21	144	498									
Godoy Cruz										4	21	76									
Gral. Alvear							1	10	22												
Guaymallén	1	27	220				5	75	179	3	19	81									
Junin																					
La Paz																					
Las Heras	1	5	78				2	24	51	3	17	75	1	13	45				1	18	45
Lavalle																					
Luján	2	10	30	1	0	0	4	25	97	1	2	10	3	28	63	1	4	8	1	8	16
Malargüe							2	52	134	4	19	63									
Maipu																1	8	16			
Rivadavia							1	12	50												
San Carlos	1	6	20																1	16	48
San Martin																					
San Rafael	1	41	150				5	68	169	3	44	106									
Santa Rosa																					
Tunuyán							1	39	80	1	20	60							1	0	0
Tupungato																					
Total	6	89	498	1	0	0	35	495	1.356	40	286	969	4	41	108	2	12	24	4	42	109

FUENTE: Secretaría de Turismo de Mendoza - Of. E. Elaboración: Dirección de Planificación Innovación y Prospectiva Turística

E: Cantidad de establecimientos H: Cantidad de Habitaciones P: Cantidad de plazas

Establecimientos Hoteleros: es aquella oferta que comprende hoteles de 1 a 5 estrellas y Aparthoteles

Establecimientos Parahoteleros: comprende: moteles, hosterías, hosting, cabañas, hostales, complejos turísticos, campamentos, etc. hospedajes, refugios,

Viviendas de Uso turístico: son aquellos establecimientos legalmente autorizados a través de Resol. N° 047 y 048/98.

Secretaría de Turismo. Gobierno de Mendoza.

San Martín 1143. Ciudad de Mendoza. C.P. (5500). Tel.: 0261- 4132141.

Fax: 4202243. E-mail: planificacionturistica@mendoza.gov.ar

Cuadro N° 2

**PROMEDIOS DE OCUPACION HOTELERA
ESTABLECIMIENTOS GRAN MENDOZA
ANOS 2001 - 2011**

CATEGORIA	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
*	36,55	49,73	43,36	39,45	48,84	62,4	54,44	42,5	35,44	41,4	46,7
**	35,95	52,28	47,47	49,91	50,36	56,99	57,51	45,1	33,52	39,4	40,7
***	34,35	47,94	47,43	45,04	55,91	63,14	62,74	57,7	49,92	56,3	57,2
****	44,8	51,77	48,71	56,73	61,66	66,16	63,96	63,2	51,48	61,7	59,9
*****		68,53	57,11	55,25	66,33	65,82	58,82	55,5	41,65	48,5	50,6
Aparthotel			51,67	61,25	67,91	69,12	62,69	58,1	47,41	51	57,2
Hostelling					60,49	61,32	62,62	50,8	49,7	35,1	58,2
PROMEDIO	37,21	54,05	49,29	51,27	58,84	63,56	60,4	53,1	44,92	49,6	53,3

Fuente: Ministerio de Turismo - Subsecretaría de Desarrollo Turístico - Dirección de Planificación
Innovación y Prospectiva Turística - en base a datos relevados en 48 establecimientos del Gran Mendoza.
Modalidad: Hotel (1 a 5 estrellas) - Apart hotel - Hostels
Nota: A partir de 2007 el porcentaje de ocupación se efectúan en función de habitaciones ocupadas. Metodología: rastreo telefónico - Procedimiento ponderado